

الصحافة الالكترونية والنشر الالكتروني

الدكتورة نهلة أبو رشيد

تدقيق:

الدكتور محمد العمر

الدكتور بطرس حلاق

الدكتور أحمد الشعراوي





ISSN: 2617-989X

Books & Refrences

الصحافة الالكترونية والنشر الالكتروني

الدكتورة نهلة أبو رشيد

من منشورات الجامعة الافتراضية السورية

الجمهورية العربية السورية 2020

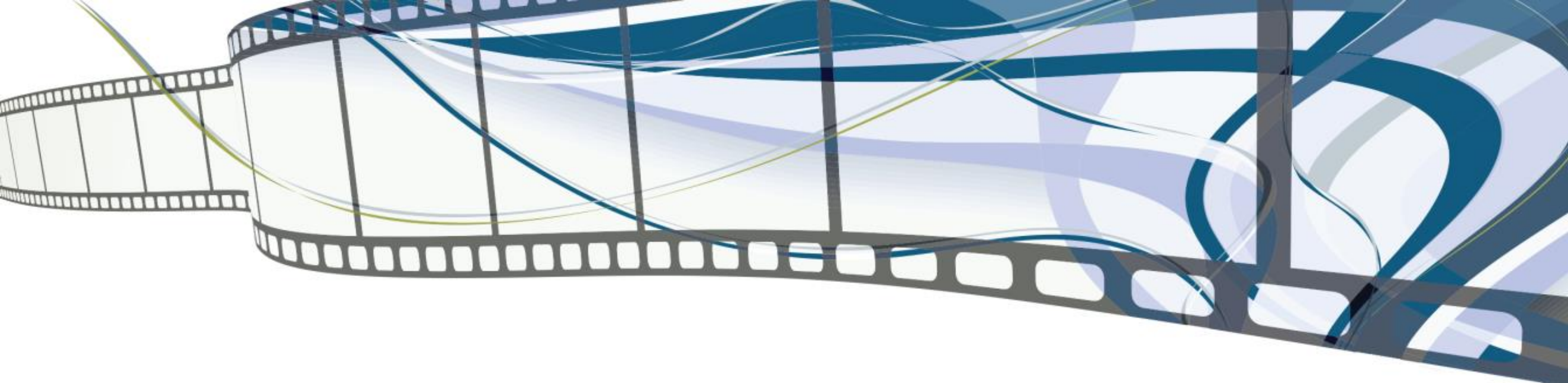
Online Journalism and Publishing

Dr. Nahla Abou Rashid

ublications of the Syrian Virtual University (SVU)

Syrian Arab Republic, 2020

الفهرس



الوحدة التعليمية الأولى

أهمية الإعلام الجديد

الأهداف التعليمية:

بعد دراسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادراً على:

- امتلاك خلفية معرفية جيدة عن الثورة المعلوماتية كسمة أساسية من سمات العصر.
- الاطّلاع الشامل حول شبكة الإنترنت وخصائصها.
- امتلاك القدرة على تعريف الإنترنت .
- معرفة آلية عمل الإنترنت .
- التمكّن من تحديد دور الرقيب وحجم دوره في الإنترنت.
- الإطّلاع على السّمات الاتصالية للإنترنت.
- التمكّن من تحديد دور الإنترنت في تعليم المهارات الصحفية.

تمهيد:

تمثّل الثورة المعلوماتية سمة أساسية من سمات العصر الذي يعيشه العالم في الوقت الراهن، وتعدّ شبكة الإنترنت بما لها من قدرة فائقة على تجاوز حدود الزمان والمكان أحد أهم أدوات البعد الثقافي والمعرفي، كما يعد إنشائها أهم إنجاز تكنولوجي تحقق في أواخر القرن العشرين، إذ استطاع الإنسان بواسطتها أن يلغي المسافات ويطلع على أحداث العالم وتطوراته في المجالات المختلفة وأن ينشر الثقافة ويتبادل المعلومات.

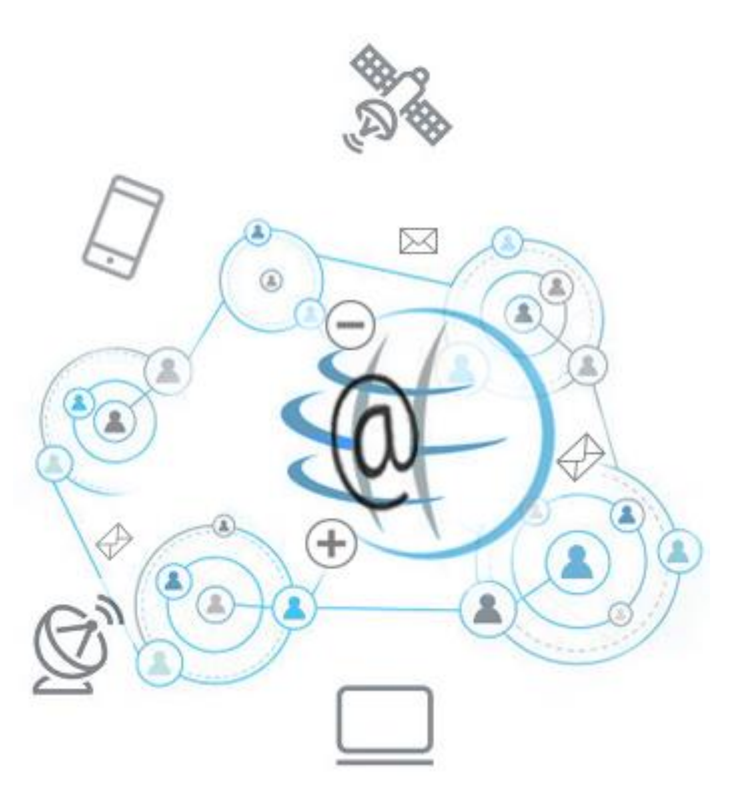


وتعد شبكة الإنترنت وجه المجتمع المعلوماتي الجديد وأحد مظاهر العولمة الاتصالية خاصة هي تمثل بداية ثورة معرفية سيكون لها آثارها المتعددة على طبيعة المعرفة الإنسانية بما توفره من إمكانية الإطلاع على مختلف المعارف وبما تنشره من قيم وعادات وثقافات من مختلف المصادر وبما سوف تساهم به في خلق ثقافة إنسانية ذات رؤية أكثر شمولاً، كما أنها من أقوى الأدوات الاتصالية التي عرفها الإنسان، فهي أكبر شبكة عالمية تم تأسيسها لتدعيم مناخ حرية الوصول إلى المعلومات، وأدت إلى تغيير مجتمعنا البشري تغييراً كبيراً وبسرعة نتيجة لتدفق المعلومات، حيث أمكن تحويل كافة أنواع المعلومات إلى الصورة الرقمية وانتقالها إلى ملايين البشر في ثوان معدودة، وبذلك تعد شبكة الإنترنت من أكبر شبكات المعلومات في العالم وأكثرها تشعباً وانتشاراً، وتعتبر نموذجاً متقدما لبنية معلومات تقوم على أحدث تكنولوجيا الاتصال.

ويتوقف تصور كل منا وفهمه للإنترنت على:

- مقدار تعامله معها واستخدامه لها.
- دوافع هذا الاستخدام.
- أنواع البرامج التي يستخدمها للارتباط والاتصال بها.
- الهدف من استخدام هذه البرامج

تعريف الإنترنت:



تعد الإنترنت شبكة اتصالات عالمية تربط بين الآلاف من شبكات الكومبيوتر إما عن طريق خطوط الهاتف أو عن طريق الأقمار الصناعية، وتتكون الشبكة من ملايين الحاسبات الالكترونية ومئات الآلاف من الشبكات الدولية والتعليمية التي تتزايد كل عام وبنسبة كبيرة يصعب الآن بناء التوقعات حول أعدادها وتطويرها، ومعها تزايد عدد مستخدمي الإنترنت في كل دولة من دول العالم بطريقة غير مسبوقة نتيجة توفير إمكانيات الاتصال وتكلفتها الزهيدة ما أدى إلى تجاوز الحدود الجغرافية وتميز الاتصال بالعالمية.

ويمكن النظر للإنترنت على أساس أنها نظام بريدي ضخم، أو مؤتمر كبير يساهم فيه عدد كبير من المشتركين من التخصصات المختلفة، أو موسوعة على الهواء، أو مركز كبير للمعلومات، أو وسيلة ترفيه وتسلية.

ورغم الحجم الكبير في الجوانب الإيجابية والمزايا والفوائد التي وفرتها شبكة الإنترنت إلا أن الخطر يكمن في هذا التدفق المعلوماتي غير المسيطر عليه، وعدم قدرة بعض المجتمعات على انتقاء الأفضل، وخلو شبكة الإنترنت من الرقابة المفروضة على وسائل الاتصال الأخرى وقدرتها على القفز إلى عالم الممنوع بصورة شبه مجانية ما ساهم في بروز ظاهرة سوء الاستخدام من قبل بعض الأفراد.

خصائص الإنترنت:

تتسم الإنترنت بالعديد من الخصائص التي تجعلها أكثر مواءمة لخدمة المجتمع المدني مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، ويبدو هذا واضحاً من خلال:



- خصائص السرية التي يتمتع بها متصفح الإنترنت في إرسال المعلومات واستقبالها.
- القدرة على إجراء الحوارات والنقاشات، وتبادل الأفكار ووجهات النظر.
- وسيلة جيدة للترفيه والمعلومات تتشابه مع الوسائل التقليدية مثل التلفزيون والراديو والوسائل المطبوعة.
- تمثل قنوات لتفاعل من اتجاهين الذي ينافس المحادثات الهاتفية من حيث قدرتها على الاستعانة بالمؤثرات والاتصال غير المتزامن.
- تمتلك قدرات وصفات ذات طبيعة تعليمية[i] متميزة مثل (الجرافيكس، الصوت، الصورة، الرسوم، الألوان) وهي أدوات تيسر الشرح والتوضيح فضلا عن التحكم في طريقة العرض والأحجام والخلفيات والمساحات.
- تتعاظم الصفات الاتصالية في الإنترنت وأبرزها على الإطلاق التفاعلية بين المرسل والمستقبل، والقدرة على تلقي المعلومة عن بعد، والقدرة على تخزين واسترجاع المادة بسهولة، القدرة على التحفيز الشخصي على البحث والدرس الذاتي، والقدرة على تطوير الحواس والمهارات الصحفية.

آلية عمل الإنترنت:



لا تتضمّن الإنترنت سلطة مركزية وليس هناك شخص أو مجموعة من الأشخاص يمكن لها أن تدّعي ملكية أو إدارة الإنترنت ، حيث اتفق مديرو الشبكة وفقاً لبروتوكول دولي على تبادل التحدّث بنفس لغة الإرسال ما مكّن المستخدمين من إمكانية الوصول إلى المعلومات والتشارك في الملفات.

ويمكن اعتبار كل متصفح ومستخدم ومشترك في الإنترنت مسؤولاً عن جهازه أو شبكته، وكل شركة توفر خدمة اتصال بالانترنت مسؤولة عن شبكتها والمشتركين فيها، وبالتالي فإن أي مشترك في أي نقطة من نقاط الاتصال بالانترنت يساعد في الإدارة والصيانة.

وأتاحت الإنترنت التقارب بين كل من الاتصال الشخصي والجماهيري فمن خلال البريد الالكتروني يمكن الاتصال من فرد إلى فرد آخر ومن خلال مجموعات النقاش يجري الحوار من مصدر واحد إلى مجموعة مستخدمين، ومن خلال التصفح يمكن أن يتم الاتصال من مصادر عديدة لجمهور عريض، وبذلك أزالت الإنترنت الحدود التي فصلت تقليديا بين نماذج الاتصال_الثلاثة:

- الاتصال الجماهيري (مصدر واحد وجمهور عريض).
- الاتصال الشخصي (من فرد إلى فرد).
- الاتصال عبر الكومبيوتر (من مجموعة من المصادر إلى متلقي واحد).

وتبرز أهمية الإنترنت لبقية وسائل الاتصال وفق سبعة مستويات على النحو التالي:

- **المستوى الأول: الإنترنت كمصدر للمعلومات:**
  - أداة مساعدة للتغطية الإخبارية أو مصدر أساسي للأحداث العاجلة.
  - استكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة.
  - الاستفادة في الصفحات المتخصصة.
  - التعرف على الكتب والإصدارات الجديدة.
- **المستوى الثاني: الإنترنت كوسيلة اتصال:**
  - وسيلة اتصال خارجية بالمندوبين والمراسلين وتلقي رسائلهم عبر البريد الالكتروني.
  - وسيلة اتصال بالمصادر.
  - عقد الاجتماعات التحريرية مع المراسلين والمندوبين.
- **المستوى الثالث: الإنترنت كوسيلة اتصال تفاعلي:**

حيث توسع فرص مشاركة القراء عن طريق البريد الإلكتروني.

- **المستوى الرابع: الإنترنت كوسيلة للنشر الصحفي:**

من خلال إصدار نسخ من الجريدة نفسها أو ملخص لها، أو قواعد للبيانات، أو إصدار مجلات وجرائد كاملة.

- **المستوى الخامس: الإنترنت كوسيط إعلاني يضيف دخلاً للصحيفة.**
- **المستوى السادس: الإنترنت كأداة لتسويق الخدمات:**

التي تقدمها المؤسسة الصحفية من خلال إنشاء موقع أو أكثر يقدم معلومات أساسية عن تطورها وإنجازاتها.

- **المستوى السابع: تقديم خدمات معلوماتية:**

من خلال تحوّل المؤسسة الصحفية إلى مزود بالخدمات للمشتركين، وتقديم خدمات التصميم وإصدار الصحف والنشرات لحساب الغير.

الانترنت ووطأة الرقيب:



أحدثت ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في السنوات الماضية تغييرات نوعية في عديد من أوجه الحياة للدرجة التي مهدت الطريق للانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات، ويبدو أن هذه الثورة سوف تترك آثارها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية على المجتمع المعاصر بشكل غير مسبوق كمّاً ونوعاً.

ويقع بالقلب من هذا التحول الإرادة السياسية لحكومات دول العالم المختلفة بما في ذلك العالم النامي، إذ تشهد الألفية الجديدة اهتماما متزايدا بتبني سياسات قومية للبنية التحتية للمعلومات، بما في ذلك صياغة الأطر القانونية المشجعة لاستيعاب التكنولوجيا وحث المجتمع لتوظيفها وإحلالها محل الموارد التكنولوجية التقليدية خاصة في مجالات مثل التعليم والصحة والتجارة الالكترونية والإدارة.

قلّت الإنترنت من أهمية وظيفة المراقبة التي تقوم بها وسائل الإعلام التقليدية عبر حارس البوابة، وذلك على أكثر من مستوى:

- **المستوى الأول:**

يتعلّق بطبيعة عدد كبير من المواقع على الشبكة والتي تعد شخصية أو خاصة بهيئات ومؤسسات غير حكومية، ومن ثم لا تخضع للرقابة أو على الأقل لنفس المستوى من المخاوف والسياسات التي تمارس في المؤسسات الإعلامية التقليدية.

- **المستوى الثاني:**

يتمثّل في استخدام البريد الالكتروني في نشر الأخبار والمعلومات والآراء، وهي عملية ذات طابع فردي فعندما تقع أحداث إخبارية فإن المهتمين بها يبثون رسائل عبر الشبكة للآخرين كي يقرؤها، كما يمكن بث تعليقات وشروح فيما بين الأفراد عبر الشبكة بشكل مباشر.

ويمثل هذا الأمر تحولاً مهما في طبيعة تدفق الأخبار والمعلومات، حيث تأخذ شكلاً مغايراً عما عليه الأمر في وسائل الإعلام التقليدية، حيث تتدفق الأخبار على الشبكة وتنشر من قبل أناس عاديين قريبين منها أو لهم مصلحة في نشرها، وليس فقط من جانب الإعلاميين (حراس البوابة) الذين ظلوا أمدا طويلا يقررون ما يستحق النشر وما لا يستحق.

السمات الاتصالية للإنترنت:

تمثل الإنترنت أعلى مراحل الدّمج بين وسائل الاتصال التقليدية والجديدة معاً، كما أنها تدمج بين خصائص الاتصال المباشر وخصائص الاتصال الجماهيري.

وتتخذ أطراف العملية الاتصالية هنا وضعية مغايرة بالمقارنة بين الأشكال التقليدية (صحافة، إذاعة، تلفزيون ...)، حيث يتنوع أطراف المشاركين كمصادر، ويتبادل القائم بالاتصال والجمهور أدوار المرسل والمستقبل معا، كما تكاد تختفي مفاهيم حراسة البوابة، ومن ثم تقدم الإنترنت أشكالاً متنوعة من عمليات الاتصال.

تتنوّع أطراف المشاركين في العملية الاتصالية كمصادر، ويتبادل القائم بالاتصال والجمهور أدوار المرسل والمستقبل معاً، كما تكاد تختفي مفاهيم حراسة البوابة، وتقدّم الإنترنت أشكالاً متنوعة من عمليات الاتصال.



ويمكن تصنيف أطراف العملية الاتصالية (مرسل، مستقبل) في أربع مجموعات:

- **المجموعة الأولى:** تتم فيها عملية الاتصال من طرف واحد إلى طرف آخر كما في البريد الالكتروني E-mail.

- **المجموعة الثانية:** تتم فيها عملية الاتصال من مجموعة أطراف إلى مجموعة أخرى مثل Usenet والنشرات الالكترونية List servers.

- **المجموعة الثالثة:** تتم فيها عملية الاتصال من طرف واحد إلى طرف واحد آخر، أو من طرف واحد لفئة قليلة من الأفراد، من خلال الاتصال الذي يتركز حول موضوع أو هدف أو لعب دور معين مثل غرف النقاش: Chat .

- **المجموعة الرابعة:** يبدو فيها الاتصال قائما وفقا لاحتياجات المستخدم للبحث عن موقع للوصول إلى المعلومات، والذي قد يتضمن علاقات تتم من عدة أطراف إلى طرف واحد، أو من طرف واحد لطرف آخر أو لعدة أطراف مثلما يحدث في: WWW. FTP. Gopher

الإنترنت وتعليم المهارات الصحفية:

المهارات الصحفية التي تساهم الإنترنت في صقلها:

توفر الإنترنت فرصاً عديدة لتعلم المهارات الأساسية لدارسي الصحافة والصحفيين المبتدئين مثل:

- تعلّم كيفية الحصول على فيض متدفق من الأخبار الصحفية من مصادر متعددة وفي مجالات متنوّعة.

- تعلّم كيفية الحصول على كم كبير من المعلومات والبيانات والأرقام والإحصائيات واستكمالها ومتابعتها واستطلاع وجهات نظر مصادرها الصحفية.

- تعلّم مهارات الاتصال بقواعد المعلومات ومحركات البحث وأرشيفات العديد من المنظمات والشركات

ووسائل الإعلام والمكتبات، والاستفادة من أدواتها المتعددة للقيام بتغطية صحفية فورية وسريعة للأحداث.

- امتلاك مهارة إجراء حوارات فردية وجماعية مكتوبة ومرئية ومسموعة، وتنفيذ تحقيقات صحفية حول أحداث وموضوعات في مجالات متنوعة ومن أماكن متعددة.

- تعلم مهارة البحث الذاتي عن المعلومات والبيانات والإحصائيات، وكيفية التحقق من مصداقيتها وتقييمها وتحليل المعلومات والوثائق.

- التمكن من التغطية الصحفية الالكترونية، وتقييم المعلومات وتحليلها ونقدها وصياغتها في صورة رقمية متنوعة الأشكال.
- امتلاك المقدرة على التعامل مع الفيض المعلوماتي المتدفق.
- امتلاك مهارة دمج المعلومات من مصادر إلكترونية متعددة في شكل صحفي قابل للنشر.
- اكتساب القدرة على تطوير أساليب الكتابة الصحفية الالكترونية واستخدام تقنيات حديثة في المعالجة الصحفية.
- التمكن من التعامل مع الأشكال الصحفية المستحدثة مثل عقد "المؤتمرات عن بعد".
- تعلم الاستفادة الصحفية من (الجماعات الإخبارية، جلسات الدردشة، البريد الالكتروني، القوائم البريدية).
- تعلم كيفية إنشاء صحيفة خاصة، وصفحة خاصة على الإنترنت.
- توليف المواد الإعلامية المتوافرة على الإنترنت بما يتوافق مع اهتمامات الصحفي.

السيناريوهات المقترحة حول مستقبل الإنترنت :

قدمت فاطمة فايز عبده قطب في دراستها ست سيناريوهات لمستقبل الإنترنت (12) وجاءت كالتالي:

<u>السيناريو الأول:</u>

تطوّر صناعة المحتوى نتيجة التقارب والتكامل التقني بين الوسائل الاتصالية:

في ظل الثورة التكنولوجية وثورة الاتصالات والمعلومات وازدهار عصر الأنفوميديا (عصر الدمج بين الوسائل)، فإن ذلك سيكون بادرة لتحقيق التكامل والتقارب التقني بين الوسائل والذي لا شك سيكون له انعكاسه الإيجابي علي المحتوى المقدّم عبر الشبكة.

والتطور التقني الذي عزز التطور في مستوى الممارسة الإعلامية عبر الإنترنت، سيجعل المؤسسات والكيانات الصغيرة والكبيرة ليس أمامها إلا أن تتقارب وتتكامل وباستمرار مع بعضها البعض لتجديد

المحتوى المقدم عبر الشبكة بدلاً من الانفصال والصراعات التي ستنشئ بين صنّاع المحتوى الأصلي وكذلك تمشياً مع مسيرة آلية الدمج بين الوسائل الاتصالية والمعلوماتية في عصر السماوات المفتوحة، وعليه فإن ذلك سيتحقق معه في المستقبل القريب

التكامل والتقارب بين المستخدمين والشبكات الصغيرة والكيانات الكبيرة العاملة في مجال الإعلام.

<u>**السيناريو الثاني:**</u>

منافسة ضارية بين الوسائل الاتصالية تنتهي لصالح الإنترنت :

في الوقت الذي يتنامى فيه دور المستخدم الذي تحول لصانع محتوى وليس مجرد متلقي سلبي، ومع نمو آلية الدمج بين الوسائل الاتصالية تتنافس الوسائل فيما بينها لاستقطاب الجمهور ولكن يظل الإنترنت متفرداً وحده في هذا الصدد لشموله مزايا وخصائص الوسائل الأخرى وسعيه المستمر لاحتواء كل الوسائل المستحدثة بداخله، فضلاً عن مميزاته الخاصة كوسيلة اتصالية بالدرجة الأولى يمكن توظيفها في أي مجال عكس الوسائل الأخرى.

<u>**السيناريو الثالث:**</u>

ازدهار الإنترنت في الوطن العربي وتقلّص دور الرقيب:

مع تنامي أعداد المستخدمين العرب للإنترنت وتطوّر تقنيات الإنترنت ومشاركة الجمهور في صناعة المحتوى إلي جانب امتلاك القطاع الإعلامي العربي للعامل الاقتصادي والديموغرافي واللذان يعدان عاملين مميزين لنمو عائدات السوق الإعلامي، كما أشار تقرير نادي دبي للصحافة، خاصة مع كون شريحة الشباب تمثل النسبة الأكبر في إجمالي السكان ما يشكل عاملاً إيجابياً في تقبل التقنيات الجديدة واستقبال المواد الإعلامية عبر شبكة الإنترنت، ومع هذا الازدهار ستتقلص هيمنة الولايات المتحدة على شبكة الإنترنت.

وذلك إلى جانب تقلص إمكانيات المنع والحجب للمواقع مع انفراج في مسألة الانفلات الرقابي حيث أن الجيل الجديد من المدونات على سبيل المثال يستوعب تقنية تصدير واستيراد المحتوى، بما يعنى أن منع موقع ما من مواقع المدونات سيعنى إمكان انتقال هذه المدونة بنفس محتواها القديم إلي موقع آخر بضغطة زر.

السيناريو الرابع:

تطور على مستوى الممارسة الإعلامية تجلو في وضوح قيم الشفافية والمصداقية:

إنّ الاتجاه لتحويل الإنترنت لنمط قواعد بيانات تستند لسيرفرات ضخمة ورخيصة التكلفة غلي جانب تطور الآليات الاقتصادية لاستثمار مثل هذا الوضع قد جعل هناك إمكانية لأي فرد أو جماعة بشرية أن يقوموا بنقل الأخبار والمعلومات التي يراد لها التعتيم، ويوثقونها بأدلة صوتية وفيديوية. ولكن من ناحية أخرى فمن الممكن أن تنشأ صراعات بين المستخدمين حول الملكية الفكرية يسعون للحصول على الاسم التجاري واكتساب المكانة والشهرة.

السيناريو الخامس:

فهرسة الكترونية وعملية بحث فضلى نتيجة لمشاركة الجمهور في إنتاج المحتوى:

إن مقدار المعلومات المخزنة على الإنترنت ستقدّر بالتيرابايت وليس بالجيجابايت ومع هذا التدفق الإعلامي وهذه السيولة المعلوماتية سيحدث تقدم نوعي في مجال الفهرسة الالكترونية المسماة folksonomy، إلى جانب أن محركات البحث الموجودة مثل yahoo و Google ستستحدث أدوات جديدة تنظم وتسرع عملية البحث خلال هذا السيل المعلوماتي وفى ظل هذا السيل المعلوماتي من جهة وتنامي أعداد المستخدمين ستظهر محركات بحث جديدة تعين المستخدمين على عملية بحث فضلى .

سيندمج التليفزيون مع الإنترنت وكذا الراديو في وسيلة واحدة وهذا واقع الآن بشكل جزئي ولكن في المستقبل سنجد أن أجهزة الكمبيوتر سيتم تصنيعها بطريقة تتيح دمج هذه الوسائل معاً بشكل ييسر على

المستخدم استعمالها وسيتبع ذلك تغيير في شكل وحجم الإنترنت فستظهر أجهزة كمبيوتر بأحجام مختلفة حتى حجم اليد، بحيث يصبح الإنترنت وسيلة لا يمكن الاستغناء عنها في أي مجال من المجالات.

السيناريو السادس:

ستظهر تطبيقات جديدة تعين على توظيف الإنترنت في مجالات شتى من الحياة فمثلاً تظهر تطبيقات لتوظيف الإنترنت في مجال العمل فتظهر برامج تنظم العلاقة بين الموظفين ورؤسائهم بحيث تنشأ كيانات مؤسسية تدير عملها بالكامل من خلال الإنترنت، ومن ناحية أخرى ستشهد عملية الإعلان الالكتروني تطوراً ملحوظاً وستتحول الوكالات الإعلانية بالكامل إلى إدارة العمل والإعلان والتصاميم الخاصة.

الخلاصة

درسنا الإعلام الالكتروني والثورة المعلوماتية كسمة أساسية من سمات العصر، واطّلعنا على تعريف الإنترنت ومعرفة آلية عملها ومجالاته.

كما سعينا لإيضاح أبرز خصائص الإنترنت من حيث السرية التي يتمتع بها متصفح الإنترنت في إرسال المعلومات واستقبالها، والقدرة على إجراء الحوارات والنقاشات، وتبادل الأفكار ووجهات النظر ووسيلة جيدة للترفيه والمعلومات تتشابه مع الوسائل التقليدية مثل التلفزيون والراديو والوسائل المطبوعة، وتمثل قنوات لتفاعل من اتجاهين الذي ينافس المحادثات الهاتفية من حيث قدرتها على الاستعانة بالمؤثرات والاتصال غير المتزامن، وتمتلك قدرات وصفات ذات طبيعة تعليمية متميزة مثل (الجرافيكس، الصوت، الصورة، الرسوم، الألوان)، وتتعاظم الصفات الاتصالية في الإنترنت وأبرزها على الإطلاق التفاعلية بين المرسل والمستقبل.

بعد ذلك انتقلنا لتقديم تفصيل حول تحديد دور الرقيب وحجم دوره في الإنترنت على مستويين مع التركيز على حارس البوابة في دول العالم الثالث.

ثم درسنا السمات الاتصالية للإنترنت، وتصنيف أطراف العملية الاتصالية (مرسل، مستقبل) في أربع مجموعات وفقاً لتلك السمات، ودور الإنترنت في تعليم المهارات الصحفية وصقلها.

التمارين

1- يتوقف تصور كل منا وفهمه للإنترنت على:

A دوافع هذا الاستخدام.

B مقدار تعامله معها واستخدامه لها.

C الهدف من استخدام هذه البرامج.

D أنواع البرامج التي يستخدمها للارتباط والاتصال بها.

E كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة:كلها صحيحة

2- لا يمكن اعتبارها من خصائص الإنترنت:

A السرية.

B إجراء الحوارات والنقاشات.

C للترفيه.

D تفاعل باتجاه واحد.

الإجابة الصحيحة: تفاعل باتجاه واحد

3- تتعاظم الصفات الاتصالية في الإنترنت وأبرزها على الإطلاق:

A.التفاعلية.

B القدرة على تلقي المعلومة عن بعد.

C القدرة على تخزين واسترجاع المادة.

D القدرة على التحفيز الشخصي على البحث.

الإجابة الصحيحة: التفاعلية

4- الإنترنت كوسيلة اتصال تفاعلي تعني توسيع فرص مشاركة القراء عن طريق البريد الالكتروني:

A- صح .

B-خطأ.

الإجابة الصحيحة: صح

5- غرف النقاش Chat تنتمي إلى المجموعة:

A- الأولى.

B- الثانية.

C- الثالثة.

D- الرابعة.

الإجابة الصحيحة: الثالثة

6- توفر الإنترنت فرصاً عديدة لتعلم المهارات الأساسية لدارسي الصحافة منها:

A- تعلم كيفية إنشاء صحيفة خاصة.

B- التمكن من عقد "المؤتمرات عن بعد".

C- تعلم الاستفادة من (الجماعات الإخبارية، جلسات الدردشة).

D- تطوير أساليب الكتابة الصحفية الالكترونية.

E- كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة: كلها صحيحة

المراجع

1) همت حسن عبد المجيد،(2007)، "الإنترنت وعلاقته بإدراك المراهقين للمخاطر الصحية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 28، ص 39،40.

2) طه عبد العاطي مصطفى نجم، (2004)، "وسائل الإعلام الجديدة والمجتمع المدني، رؤية تحليلية نقدية لاستخدام الإنترنت في بعض منظمات المجتمع المدني"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، المجلد الخامس، العدد 1، ص 140.

3) السيد بخيت محمد، (2000)، "استخدام الإنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة، دراسة تجريبية على طلبة الصحافة بجامعة الإمارات"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 8، ص 94.

4) سامي طايع، "استخدام شبكات المعلومات "الإنترنت في الحملات الإعلامية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 2، ص 2، (1997).

5) حنان جنيد، (2003)، "تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الإنترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 18، ص 6.

6) منال أو الحسن، (2007)، "دور شبكة الإنترنت في دعم الحوار الأسري"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، العدد 27، ص 455.

7) محمود علم الدين، (1998)، "شبكة الإنترنت ومستقبل صناعة الصحافة" جريدة الأهرام، العدد الصادر في 11/23، القاهرة، ص 77.

8) بسيوني إبراهيم حمادة، (2001)، "دولة الإمارات العربية المتحدة وتكنولوجيا الاتصال، دراسة في الاتجاهات النظرية والتطبيقية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد 2، ص 47.

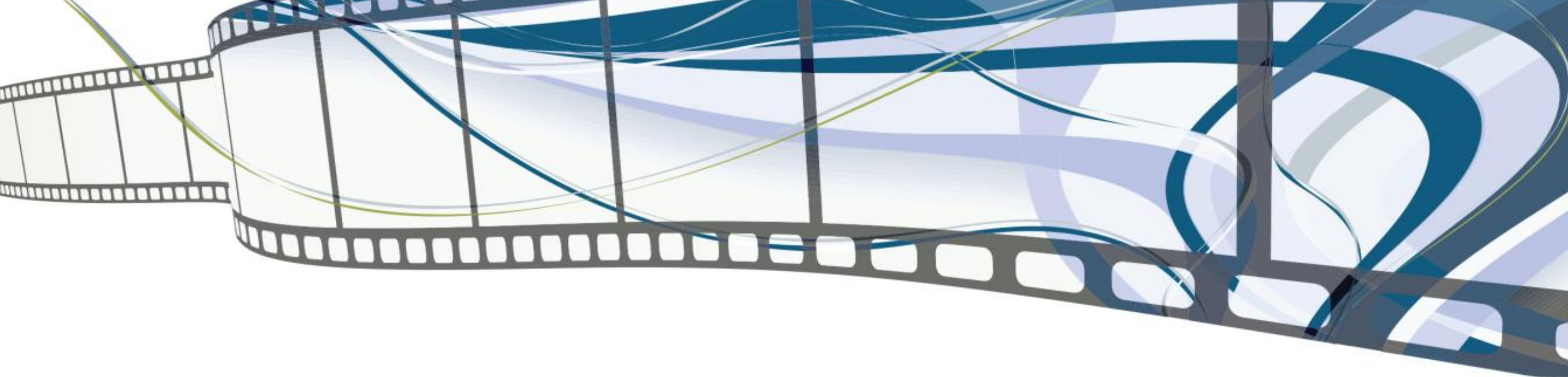
9) محمد يونس، (2002)، "الإنترنت كوسيلة اتصالية في مجال الشؤون الإسلامية، دراسة للمواقع الإسلامية المدعمة باللغة العربية على الشبكة"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثالث، العدد 3، ص 127.

10) محمد يونس، (2002)، "الإنترنت كوسيلة اتصالية في مجال الشؤون الإسلامية، دراسة للمواقع الإسلامية المدعمة باللغة العربية على الشبكة"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثالث، العدد 3، ص 132.

11) السيد بخيت، (2000)، "استخدام الإنترنت في تطوير المهارات الصحفية باللغة الإنكليزية لدى دارسي الصحافة"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 2، ص 147،148.

12) فاطمة فايز عبده قطب،(2011)، "استشراف الاتجاهات المستقبلية للإنترنت"، استحضرت بتاريخ 2015/1/5، على الرابط:

13) http://www.anfasse.org/portail/index.php?option=com_content&task=view&id=3285&Itemid=321



الوحدة التعليمية الثانية

الكتابة السطرية والكتابة التكوينية

(اختلاف سيكولوجية الكتابة والقراءة)

الأهداف التعليمية:

بعد دراسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادراً على:

- امتلاك خلفية معرفية تاريخية جيدة عن مراحل الكتابة عبر التاريخ الإنساني
- التعرف على أبرز وسائل التدوين عبر التاريخ
- الاطلاع الشامل حول التدوين الإلكتروني وتغير طبيعة القراءة
- القدرة على تمييز الاختلافات بين القراءة (الانتقائية) والقراءة (المسطحة المطبوعة)
- التعرف على مزايا ومآخذ القراءة الانتقائية المافوق نصية
- التعرف على مفهوم الكتابة التكوينية ومزاياها، وتمكين الطالب من التفريق بين شقيها الهيبرتكست (Hypertext) والهيبرميديا (Hypermedia)
- امتلاك القدرة على تعريف النص الإلكتروني (الفائق) Hypertext
- التمكّن من تحديد الإطلاع على أهم الخصائص التي تفرّق بين النصوص الإلكترونية والنصوص المطبوعة
- القدرة على التفريق بين أنواع النص الفائق من حيث خدمة المتصفّح

تمهيد:

حملت الثورة الإعلامية المعلوماتية منذ أواخر القرن العشرين حتى الآن مجموعة من التغييرات أثرت على الكتابة شكلاً ومضموناً، ومفهوماً وأبعاداً، وبالتالي طرأ تغير كبير على ممارسات القراءة وتطورت تبعا لتكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة من جهة، كما حدث تغير في هوية القارئ من جهة أخرى.

نظرة تاريخية:

مرت الكتابة بمراحل كثيرة عبر التاريخ الإنساني الطويل، ويمكن الوقوف عند أكثر المراحل أهمية وبروزاً، وكانت كالتالي:

- الرسوم والرموز.
- المقاطع الصوتية التي ترمز إلى كلمات أو عبارات.
- الحروف الأبجدية.

وتعبّر الكتابة عن رغبة إنسانية فريدة في حفظ المعرفة وإعطاء حياة مستمرة للنص تتجدد عند قراءتها من قبل قارئ جديد، وتحفظ من خلال التدوين.



وكانت أبرز وسائل التدوين عبر التاريخ:

- النقش على الحجر.
- التدوين على الألواح الطينية.
- التدوين على الألواح الخشبية.
- التدوين على أوراق الشجر.
- التدوين على القماش.
- النسخ اليدوي على الورق.
- التدوين بواسطة الطباعة.
- التدوين عبر التسجيلات الصوتية.

- التدوين المرئي الثابت عبر الصور.
- التدوين المرئي المتحرك عبر الأفلام السينمائية.
- التدوين الالكتروني.

التدوين الإلكتروني وتغير طبيعة القراءة:

يتميّز التدوين الإلكتروني باستخدام تقنية الوسائط المتعددة الـ *Multimedia* حيث أصبح بالإمكان أن يترافق النص مع الصوت والصورة، وهو أمر كان مستحيلاً مع التدوين الورقي.

ويمكن تعريف التدوين الإلكتروني بأنه: مضمون رقمي، ووسيط للقراءة الإلكترونية، وبرنامج خاص لقراءة المضمون، تستخدم فيه التقنية الرقمية القائمة على مبدأ تشفير المعلومات بالطريقة الثنائية (الصفر أو الواحد).

وقد رافق هذا التغير في التدوين ظهور نوع جديد من القراءة هي "القراءة المرجعية أو الانتقائية"، والتي تشبه إلى حد كبير القراءة للكتب المرجعية كالقواميس والموسوعات في عصر المطبوع، فالكتابة الإلكترونية بوسائطها وأدواتها الجديدة فرضت منطقاً جديداً من الممارسات والاستخدامات للمعلومة

- القراءة (الانتقائية) والقراءة (المسطحة المطبوعة):

لجأ العديد من الباحثين إلى وضع القراءة الانتقائية (الما فوق نصية) الإلكترونية موضع المواجهة والنقيض مع القراءة المسطحة المطبوعة، ومصطلح القراءة الانتقائية (الما فوق نصية) يشتمل على مفهومين:

- القراءة باستخدام نصوص أخرى عن طريق الروابط الفوقية (*Hyperlinks*) الموضوعة مسبقاً من قبل الكاتب.
- القراءة التحليلية التي يستعين القارئ خلالها بالمخزون المعرفي والفهمي الذي يملكه.

وعلى عكس القراءة العرْضية للنص المطبوع، فإن القراءة الإلكترونية هي قراءة عمودية للنص حيث تظهر المعلومات على شكل نافذة يتنقل فيها (القارئ) المتصفح من معلومة إلى أخرى عبر النقر، ما يكسب النص الإلكتروني مرونة أكثر في الشكل وطرق الظهور.

وفي عصر التقنية الرقمية ظهرت عوامل تميز وتطور إيجابي لتقنية القراءة والكتابة الجديدة، حيث:

- لم يعد النص وحدة منفردة ينزوي على نفسه داخل المطبوعة.
- لم تعد طريقة الاستفادة من النص محصورة بالأسلوب السردي الأحادي الاتجاه.
- "المافوق نصية" أظهرت آلية جديدة في الكتابة والقراءة على السواء، تجعل النص تفاعلياً، متعدد الأبعاد والآفاق، كجزء لا يتجزأ من المعارف المحيطة به.
- "المافوق نصية" تهدف إلى إيجاد المعلومات التي تصب مباشرة في إطار اهتمامات (القارئ) المتصفح البحثية، دون الحاجة إلى اتباع مسار النص الأحادي الاتجاه من البداية إلى النهاية.

مآخذ على القراءة الانتقائية المافوق نصية:

ذهب بعض الباحثين والمهتمين إلى أن القراءة الانتقائية:

- تشكل عوامل تشتيت وتمييع لمضمون النص.

- ليست سهلة، إذ لا يزال الكثير من المتصفحين يلجئون إلى طباعة النصوص الإلكترونية على ورق لقراءتها لاحقاً.

- لا تعتبر بنظر كثير من النقاد قراءة جدية.

- هي قراءة انتقائية من النص أكثر منها قراءة كلية له.

- لا يوجد ما يدعى (قراء إنترنت)، بل يمكن اعتبارهم مجرد مستخدمين للتقنيات الحديثة للمعلومات والاتصال.

الكتابة التكوينية:

فرضت التطورات التكنولوجية تحدياً جديداً يواجه كل محرر وهو تحد مرتبط بشكل وبنية عملية الكتابة ذاتها في الإعلام الإلكتروني الجديد والتي تمثلت في بدء العدول عن الكتابة الخطية أو السطرية، وتبني طريقة الكتابة التكوينية (الرقمية) بشقيها الهيبرتكست (*Hypertext*) و الهيبرميديا (*Hypermedia*).

وتقوم فكرة الكتابة التكوينية أساسا على ربط كل جزء من النص بأجزاء أخرى تكميلية، وتقديم لائحة (قائمة) تحيل المتصفح إلى هذه الوثائق التكميلية، وتنبع قوتهما (شقي الكتابة) من المقدار الذي تتيحانه من المرونة والتنوع والقابلية للدمج والتحول والتجاوز.

ويبنى النص الإلكتروني عبر الكتابة التكوينية على شكل علاقات فوقية (*Hyperlinks*)، قد تكون (داخلية) تقود المتصفح إلى أجزاء أخرى داخل النص، أو (خارجية) ترسله إلى نصوص أخرى خارج النص.

وبتعبير أبسط يمكن تعريف شقي الكتابة التكوينية بـ:

- الهيبرتكست (*Hypertext*):

هو نوع من عمليات نسج النصوص تشتمل بالإضافة إلى الكلمات المكتوبة الأرقام والرسوم التوضيحية والفنية والصور الفوتوغرافية الثابتة، والهيبرتكست تعتبر تسمية مجازية لطريقة في تحرير المعلومات يترابط فيها النص والصور والأفعال معا في شبكة من الترابطات مركبة وغير تعاقبية، ما يسمح للمتصفح القارئ أن يجول في الموضوعات ذات العلاقة دون التقيد بالترتيب الذي بنيت عليه هذه الموضوعات، كما أن الهيبرتكست (الكتابة الرقمية المتميزة بتقنية الما فوق نصية *Huypertexuellet*) نقلت النص من البعد الجامد المنغلق على مضمونه إلى النص المرتبط بأجزاء المعرفة الأخرى.

- الهيبرميديا (*Hypermedia*):

تعني استخدام عدة وسائط لتقديم النص مثل الصوت والرسوم المتحركة و أفلام الفيديو، وتمثل إغناءا وتطويرا للهيبرتكست، حيث تقوم على دمج الرسوم والأصوات والفيديو في منظومة ترابطية رئيسية لخزن المعلومات واستدعائها، معتمدة أساسا على التفاعلية حيث تسمح للمتصفح بالتنقل بين الموضوعات والنصوص وفق إراداته واحتياجاته هو وليس ضمن التنقل المفروض تتابعياً من موضوع إلى آخر وفق إرادة ومنطقية المحرر.

وما يميز هذا النوع من الكتابة:

- إمكانية الإبحار والتصفح.
- القدرة على استرجاع المعلومات أكثر من مرة.
- التفاعلية.
- الاعتماد على بنية معلوماتية غير متشابهة مع أي خبرة إنسانية سابقة.

- طبيعة النصوص المكتوبة في المواقع الإلكترونية وفق الكتابة التكوينية نصوص مفتوحة يمكن أن تجد على الفور من يؤكد معلوماتها أو ينفيها.

أهم الخصائص التي تفرّق بين النصوص الإلكترونية والنصوص المطبوعة:

- يمكن تبادلها ويسهل تشكيلها وصياغتها بصورة مستمرة.
- تتضمن وسائل صوتية ومرئية مساعدة.
- يسهل ربطها بالنصوص الأخرى ذات العلاقة الرئيسية أو الثانوية بها.
- تصدر وتنتج تكوينات نصية مختلفة وبديلة.
- لديها القدرة على الدخول إلى مصادر متعددة ومتصلة بأوساط على شبكة الإنترنت.
- تزيل الحدود التي تحد وتجمد النص المطبوع وتتاح الفرصة للاتصال بسهولة بالمواد والمصادر ذات الصلة.

- ليس هناك ترتيب محدد يجب أن تتبعه النصوص الإلكترونية، حيث لا تتبع تنظيم وتنسيق الأسطر التقليدية نفسها ولا نفس تصفيف الأسطر المعتاد في النص المطبوع، بل تسمح بالانتقال من صفحة إلى أخرى باستخدام الروابط الإلكترونية، وبالتالي فإن قراء النصوص الإلكترونية يتوفر لهم أدواراً أكثر فاعلية ونشاطا في عملية القراءة حينما يبحرون من نص إلكتروني إلى آخر.

- في النصوص التقليدية المطبوعة يختصر الكاتب في مقالته كمية كبيرة من المعلومات كونه مقيدا بمساحة محددة لا يمكنه تجاوزها، لكنه في الكتابة الالكترونية يضطر لتقديم معلومات إضافية لكي يكمل القصة بكاملها لوجود المساحة غير المتناهية، كما أن تعدد مستويات القرّاء أمامه وتعدد المسارات التي يمكن أن يتبعها المتصفح يلزمه بتقديم كمية كبيرة من المعلومات.

- في الكتابة التقليدية يبني الكاتب كتاباته في ترتيب محدد (بداية ووسط ونهاية)، هذا الترتيب يمكّنه من السيطرة على النص، لكن في الكتابة الإلكترونية لا يستطيع الكاتب فرض مسار معين على المتصفح يتتبعه خلال النص، ويتجلى دوره فقط في صنع الروابط التي يسلكها المتصفح، وتحديد أي جزء من النص سيقرأ المتصفح أولاً.

- في النصوص التقليدية المطبوعةُ يجبَر القارئ على القراءة بشكل سلبي، لكن تصفح النص الإلكتروني هو دعوة للمتصفح إلى التعاون في إنتاج المعنى من خلال إبحاره عبر النص الذي يخضع لعاملي الخبرة ومستوى المعرفة لديه.

النص الالكتروني (الفائق) ***Hypertext*** ومتصفح الانترنت:

مفهوم النص الفائق:

من علم الرياضيات، ويعني:

- نظام توصيل فائق السرعة يسمح للوصلات بأن تكون جزءا لا يتجزأ من النص الظاهر.

- الامتداد والتوليد، والنص المتعدد المتعاقب الذي يتوالد وينبثق من نص لآخر.

- الكتابة غير الخطية أو (غير التتابعية) التي يتفرع من خلالها النص سامحاً للقارئ بالاختيار، ويتشكل من سلسلة من نصوص كبيرة ومتشابكة عن طريق روابط تعرض للمتصفح مسارات مختلفة طبقا لرغباتهم واهتماماتهم.

- يتكون نظام النص الفائق من: الوصلات *Nodes* و الروابط *Links* .

علاقة النص الفائق بالمتصفح:

يكون القارئ المتصفح غير مقيد أثناء تصفح موضوع ما بإتباع تنظيم معين مفروض من قبل الكاتب، ويمكن له أن يضيف روابطه الخاصة من خلال المنتديات وإضافة معلومات من وجهة نظره حيال موضوع ما رابطا موقعه بموقع الصحيفة، وهنا يتحول المتصفح إلى كاتب للنص وفاعل فيه.

أنواع النص الفائق من حيث خدمة المتصفح:

- النص الفائق الداخلي *Internal Hyper Text*: يحيل المتصفح إلى الصفحات الداخلية من نفس الموقع.
- النص الفائق الخارجي *External Hyper Text*: يحيل المتصفح إلى مواقع أخرى من خلال موقع الصحيفة.
- النص الفائق المحلي *Home Hyper Text*: هو الشكل الجرافيكي الذي يسمح للمتصفح بالتنقل داخل الصفحة.
- النص والقوى الفاعلة: يحيل المتصفح إلى قوى فاعلة في النص مثل الشخصيات العامة.
- النص والقائم بالاتصال: تضمن اتصال المتلقي بالقائم بالاتصال.

أنواع الروابط الفائقة:

- رسوم جرافيكية.
- نصوص سريعة التحميل.
- ، شكل جرافيكي، نصي كأيقونات لربط صفحات الموقع الإلكتروني المختلفة.

أمثلة عملية:

نموذج عن الكتابة السطرية التي يتبعها المحرر في الإعلام المطبوع:

العلم الفلسطيني سيدخل غينس اليوم



قال عضو اللجنة التنسيقية المشرفة على إنجاز علم فلسطين (الأكبر في العالم) السيد نبيل ابراهيم:أن اللجنة التي ستقوم بعملية مسح لأبعاد العلم ومواصفاته من أجل تسجيله في كتاب غينس ستحضر اليوم الأحد الموافق 2008/5/25 وبين السيد نبيل أنه كان أمام اللجنة واحد من خيارين إما إحضار مندوب من لندن يقوم بعملية المسح وهو خيار مكلف وتبلغ كلفته نصف تكلفة العلم إذ يجب دفع 4000 جنيه استرليني إضافة إلى أجور نقل المندوب وإقامته أما الخيار الثاني وهو الخيار الذي اعتمدناه فهو أن يحضر شخصيتين اعتباريتين بالإضافة إلى وكيل غينس في سورية كمشرف على أعمال المسح وقد اعتمدنا كل من مدير وكالة الغوث في سورية و الأب إلياس زحلاوي ليمثلوا الشخصيات الاعتبارية بالإضافة إلى السيد قصي هلسة وكيل غينس في سورية بالإضافة إلى عدد من أعضاء مجلس الشعب، إذا سيقوم الشهود بكتابة مشاهداتهم وإرسالها مع شريط فيديو مصور لعملية المسح إلى إدارة الموسوعة.

وبالنسبة للمواصفات الأخرى المطلوب توافرها في العلم للدخول في الموسوعة قال السيد نبيل لا توجد مواصفة سوى توافق الطول مع العرض، وقد طبقنا الفكرة الموجودة في الموسوعة الفلسطينية:(الطول ضعفي العرض).

والجدير بالذكر أن العلم يبلغ من الطول 232 م وعرضه 116 ومساحته الكلية 127 ألف متر مربع وهي مساحة مصغرة عن المساحة التاريخية لفلسطين البالغة 27 ألف كم مربع كما يبلغ وزنه 7 طن ، وقد تم إنجازه خلال 45 يوماً من ضمنهم 15 يوماً قضتها اللجنة في جباية المساهمات المالية لإنجازه وقد تمت خياطة العلم على مكنتي خياطة وضعتا على الرصيف في أحد الشوارع التي لا يوجد فيها حركة مرور كثيفة.

نموذج النص التقليدي المطبوع (الكتابة السطرية)

نموذج عن الكتابة التكوينية التي يتبعها المحرر في الإعلام الإلكتروني:

نبيل إبراهيم : العلم الفلسطيني سيدخل غينيس اليوم



صرح عضو اللجنة التنسيقية المشرفة على إنجاز علم فلسطين (الأكبر في العالم) السيد نبيل ابراهيم:أن اللجنة التي ستقوم بعملية مسح لأبعاد العلم ومواصفاته من أجل تسجيله في كتاب غينس ستحضر اليوم الأحد الموافق 2008/5/25 وبين السيد نبيل أنه كان أمام اللجنة واحد من خيارين إما إحضار مندوب من لندن يقوم بعملية المسح وهو خيار مكلف وتبلغ كلفته نصف تكلفة العلم إذ يجب دفع 4000 جنيه استرليني إضافة إلى أجور نقل المندوب وإقامته أما الخيار الثاني وهو الخيار الذي اعتمدناه فهو أن يحضر.

بالنسبة للمواصفات الأخرى المطلوب توافرها في العلم للدخول في الموسوعة قال السيد نبيل لا توجد مواصفة سوى توافق الطول مع العرض، وقد طبقنا الفكرة الموجودة في الموسوعة الفلسطينية:(الطول ضعفي العرض). والجدير بالذكر أن العلم يبلغ من الطول 232 م وعرضه 116 ومساحته الكلية 127 ألف متر مربع وهي مساحة مصغرة عن المساحة التاريخية لفلسطين البالغة 27 ألف كم مربع كما يبلغ وزنه 7 طن ، وقد تم إنجازه خلال 45 يوماً من ضمنهم 15 يوماً قضتها اللجنة في جباية المساهمات المالية لإنجازه وقد تمت خياطة العلم على مكنتي خياطة وضعتا على الرصيف.

الخلاصة

مرت الكتابة بمراحل كثيرة عبر التاريخ الإنساني الطويل، ومن أكثر المراحل أهمية وبروزاً هي الرسوم والرموز والمقاطع الصوتية والحروف الأبجدية، كما برزت عدة وسائل للتدوين عبر التاريخ.

يتميّز التدوين الإلكتروني باستخدام تقنية الوسائط المتعددة الـ Multimedia حيث أصبح بالإمكان أن يترافق النص مع الصوت والصورة.

التدوين الإلكتروني: هو مضمون رقمي، ووسيط للقراءة الإلكترونية، وبرنامج خاص لقراءة المضمون، تستخدم فيه التقنية الرقمية القائمة على مبدأ تشفير المعلومات بالطريقة الثنائية (الصفر أو الواحد).

لجأ العديد من الباحثين إلى وضع القراءة الانتقائية (الما فوق نصية) الإلكترونية موضع المواجهة والنقيض مع القراءة المسطحة المطبوعة.

تقوم فكرة الكتابة التكوينية أساسا على ربط كل جزء من النص بأجزاء أخرى تكميلية، وتقديم لائحة (قائمة) تحيل المتصفح إلى هذه الوثائق التكميلية.

يبنى النص الإلكتروني عبر الكتابة التكوينية على شكل علاقات فوقية (*Hyperlinks*)، وشقي الكتابة التكوينية هما: الهيبرتكست (*Hypertext*) والهيبرميديا (*Hypermedia*)، وهناك عدد من الخصائص التي تفرّق بين النصوص الإلكترونية والنصوص المطبوعة.

ظهر مصطلح النص الفائق أول مرة على يد تيد نيلسون، ويعني نظام توصيل فائق السرعة والامتداد والتوليد، والكتابة غير الخطية أو (غير التتابعية) ويتكون من: الوصلات Nodes والروابط Links.

هناك عدة أنواع للنص الفائق من حيث خدمة المتصفح هي النص الفائق الداخلي والنص الفائق الخارجي والنص الفائق المحلي، والنص والقوى الفاعلة، والنص والقائم بالاتصال.

كما أنّ هناك عدة أنواع للروابط الفائقة هي الرسوم الجرافيكية والنصوص سريعة التحميل والشكل الجرافيكي.

التمارين

1. مرت الكتابة بمراحل كثيرة عبر التاريخ الإنساني، وأكثر المراحل أهمية وبروزا وقدما هي:

A. الرسوم والرموز .

B. الحروف الأبجدية.

C. المقاطع الصوتية.

الإجابة الصحيحة:الرسوم و الرموز

2. يستخدم التدوين الالكتروني تقنية رقمية قائمة على مبدأ تشفير المعلومات بالطريقة الثنائية (الصفر أو الواحد).

A. صح.

B. خطأ.

الإجابة الصحيحة:صح

3. يؤخذ على القراءة الانتقائية الما فوق نصية أنها:

A. تشكل عوامل تشتيت لمضمون النص.

B- ليست سهلة.

C- لا تعتبر قراءة جدية.

D- قراءة انتقائية للنص.

E- كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة:كلها صحيحة

4- تتميز الكتابة التكوينية بـ:

A- إمكانية الإبحار والتصفح.

B- القدرة على استرجاع المعلومات أكثر من مرة.

C- التفاعلية.

D- طبيعة النصوص مفتوحة.

E- كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة:كلها صحيحة

5- ليس من أنواع الروابط الفائقة:

A- رسوم جرافيكية.

B- نصوص سريعة التحميل.

C- شكل جرافيكي، نصي.

D- كلها خاطئة.

الإجابة الصحيحة:كلها خاطئة

6- من أهم الخصائص التي تفرّق بين النصوص الالكترونية والنصوص المطبوعة:

A- تصدر وتنتج تكوينات نصية مختلفة وبديلة.

B- يمكن تبادلها ويسهل تشكيلها وصياغتها بصورة مستمرة.

C- تتضمن وسائل صوتية ومرئية مساعدة.

D- يسهل ربطها بالنصوص الأخرى ذات العلاقة الرئيسية أو الثانوية بها.

E- كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة:كلها صحيحة

المراجع

1) جابر، جميلة، (2006)،"ممارسات القراءة في عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال"، متاح في:
www.cybrarians.info/journal/no11/reading.htm

2) فهمي، نجوى عبد السلام، (1998)، "تجربة الصحافة الالكترونية المصرية والعربية الواقع وآفاق المستقبل"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، العدد الرابع، ص 207.

3) [1]– Burnett, Kathleen, "Toward a theory of Hypertextual design", *Postmodern Culture, (1993), available on line:*
ftp://ftp.lip.ncsu.edu/pub/stacks/v3n2-burnett.

4) *Ivanov, Kristo, "The search for a theory of hypermedia",(1995) available on line:http; //www.informatik.umu.se/~ kivanov.htm*

5) الخطيب، حسام، (1996)، "الأدب والتكنولوجيا وجسر النص المفرع"، المكتب العربي لتنسيق الترجمة والنشر، دمشق، ص 79، 83.

6) *Bostad, Finn, "What happens to writing when texts in a "world of paper" are Replaced by messages in "virtual space"? (1994), available on line:*
http: //www.hf.unit.no/anv/wwwpages/Finn/Finn.htm

7) علي، نبيل، (1994)، "العرب وعصر المعلومات"، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد 184، ص 297، 302.

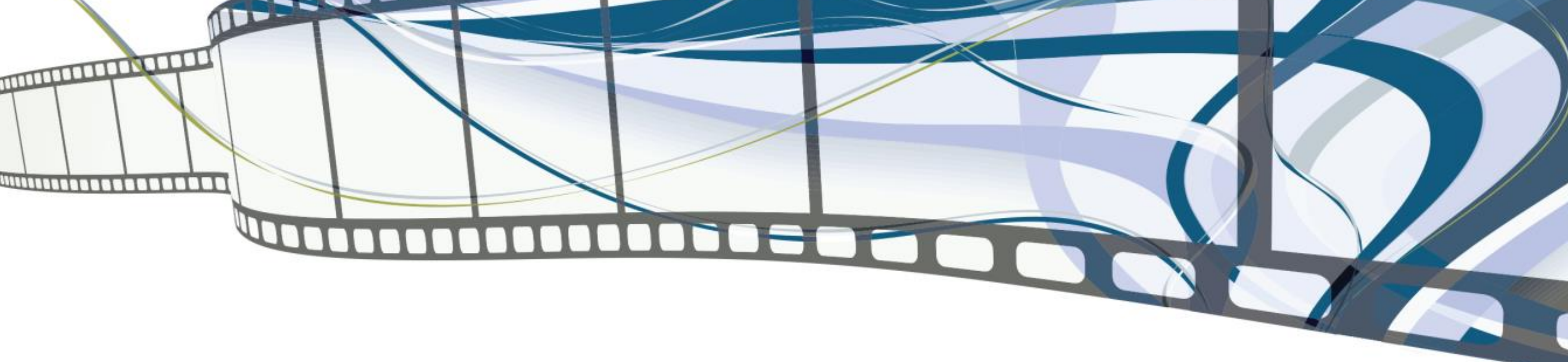
8) شومان، محمد، (2003)، "الصحف الالكترونية العربية دراسة تطبيقية على صحيفة إيلاف"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، العدد 21، ص 250.

9) الصفتي، نوال، (2000)، "مفهوم الصحافة الدولية وبنيتها على الإنترنت، دراسة وصفية تحليلية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد 9، ص 187.

10) بدر، أحمد أنور، (2001)، "النشر الإلكتروني ومشكلاته المعاصرة"، في ندوة، "النشر الالكتروني وتأثيره على مجتمع المكتبات والمعلومات"، المكتبة الأكاديمية، القاهرة ، ص 35.

11) علم الدين، محمود، (2000)، "الصحافة في عصر المعلومات الأساسيات والمستحدثات"، بدون ناشر، القاهرة، ص 272.

12) الصفتي، نوال، مرجع سابق ص 187 حتى 191.



الوحدة التعليمية الثالثة

التحـرير الإلكتـروني

الأهداف التعليمية:

بعد دراسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادراً على:

- امتلاك خلفية معرفية جيدة عن سمات الكتابة الإلكترونية.
- الاطلاع الشامل حول مفهوم التحرير الإلكتروني: المبادئ والفوائد والمعايير.
- التمكن من تحديد أسس بناء الكتلة النصية الإلكترونية.
- الاطلاع على عناصر التحرير على صفحة الويب بالتفصيل.

تمهيد:



في بداية ظهور الإعلام الإلكتروني لم تكن هناك تقاليد للتحرير الإلكتروني أو قواعد متفق عليها، لكن مع التطور السريع والمتنامي لهذا الإعلام الجديد تطورت أساليب التحرير في الصحف والمواقع المختلفة، وظهر مفهوم التحرير الإلكتروني *E.editing*.

ورغم عدم استقرار قواعد وتقاليد محددة تصل بالتحرير الإلكتروني إلى حد الرسوخ والثبات وتطبق بدقة على كل المواقع والصحف الإلكترونية، وفضلاً على أن كثير من قواعد التحرير على الإنترنت انتقلت من الصحافة الورقية التقليدية إلى الإعلام الإلكتروني عبر انتقال المحررين الذين تمرسوا في التحرير الصحفي التقليدي للعمل فيه، إلا أن التطور الحتمي اليومي أفرز لغة تحريرية تتماشى وخصائص الوسيلة التكنولوجية الجديدة ومميزاتها، والعلاقة الجديدة التي نشأت في نمط الاتصال بين المرسل والمستقبل وما طرأ عليها من تبادل للأدوار.

سمات الكتابة الإلكترونية كأحد مظاهر تكنولوجيا الاتصال[i]:



- إمكانية استخدام مختلف أنواع الإشارات (الكتابة، الأصوات، الألوان، الصور المتحركة، المشاهد الحية من مواقع الأحداث).

- السرعة والقدرة على اختصار الزمن والمسافات مقارنةً بالاتصال المكتوب، الأمر الذي أعطى الكتابة الإلكترونية ما أعطاه الهاتف للكلمة سرعة وتفاعلاً[ii].

- السعة الكبيرة والقدرة على تنظيم المعلومات في مجال فضائي لا محدود، فالثقافة المطبوعة أعطت البشرية نمطاً من أساليب عرض المعلومات مدونا

على ورق، بينما تحمل الثقافة التي يعرضها
المجال الفضائي إمكانيات وآفاقاً لا نهائية في
عرض المعلومات.

- التحفيز غير المسبوق لقدرات المحرر الصحفي من خلال امتلاكه أدوات جديدة للتعبير، فبعد أن ظل مقيداً بالتعامل مع الحروف والخطوط زمناً طويلاً، أصبح بإمكانه التعامل مع الصورة والصوت والمشاهد المتحركة، وكأنه يحرر للمطبوع والمسموع والمرئي في آن واحد، كل ذلك من خلال حتمية تعلم بعض الجوانب التقنية الضرورية والسيطرة على لوحة المفاتيح وفأرة الكومبيوتر.

مفهوم التحرير الالكتروني: الفوائد والمبادئ والمعايير:

<u>الفوائد الرئيسية للتحرير الإلكتروني بحسب فوركس وبولترك *Forkas & Poltrok*[iii]:</u>



- سهّل التعاون بين الكتّاب والمحررين حتى وإن كانوا لا يعملون في الموقع الإلكتروني نفسه.
- سمح بتخزين الوثائق إلكترونياً وسهّل عملية استرجاعها.
- مكّن المحررين من استخدامات الكومبيوتر المتعددة.

ورأى ويبر *Weber* أن التحرير الإلكتروني يحقق فائدتين هما [iv]:



- يوفر الوقت والمال.
- يزيد وينوّع مهارات المحررين المختلفة في المعرفة التكنولوجية والعلمية.

مبادئ التحرير الالكتروني:

يتفق معظم الخبراء على مجموعة من المبادئ التي يجب أن تتسم بها عملية التحرير الإلكتروني من أهمها:

- الوضوح: وذلك استجابة للطبيعة الخاصة بالانترنت، والقائمة على السرعة وتعدد الخيارات، وتتأكد أهمية الوضوح في المضمون المحرر تبعاً لعدم توفر الوقت الكافي للقراء المعاصرين لاستيعاب وإدراك المعاني التي قد تقدم عبر صياغات تقليدية تتسم بالطول والتعقيد.

- الاتساق: بمعنى أن تكون عناصر الموضوع متناسقة ومنسجمة.

- الدقة: بمعنى دقة النصوص، فالأخبار الجادة والمعلومات تعتبر أحد الأسباب التي دعت الجماهير لاستخدام الإنترنت، وقد أشارت إحدى الدراسات المسحية إلى أن نسبة (40 %) ممن يستخدمون الإنترنت يستخدمونها لإعطائهم أكثر من خلفية للأخبار، ويعتمدون على دقة معلوماتها.

- الكفاية والتناسب: ويتمثل ذلك في كفاية وتناسب المعلومات مع المبادئ والممارسة التحريرية.

- التشييد: إذ تسمح للمحرر أن يصيغ عناصر جديدة مستخدماً قدرة الحاسوب على تشييد أية وحدة نصية كعنصر جديد في مفردات وإشارات تتوسع عبر تشبيك مقاطع أو فصول نصية عديدة [٧].

معايير التحرير الالكتروني:

يقدم المتخصصون في التحرير لمواقع الويب ثلاث قواعد أساسية يجب على المحرر الالتزام بها هي:[vi]

- **الاختصار:**

إن الموقع الإلكتروني لا يمكن أن ينجح في جذب المتصفحين إلا إذا كان يحتوي نصوصاً مختصرة ومحررة جيدا، حيث أثبتت نتائج البحوث أن مستخدمي الانترنت:

  - لا يحبون النصوص الطويلة المنشورة على أكثر من صفحة.
  - يفضلون أن تكون النصوص قصيرة ومركزة.
  - إن عملية القراءة من شاشة الكومبيوتر تكون أبطأ بنسبة (25%) تقريبا من الورق، حيث يعاني القراء من على شاشات الكومبيوتر من إجهاد العين ونفاذ الصبر عندما يقرؤون نصوصاً إلكترونية طويلة.

وتؤكد كل هذه الحقائق مسؤولية المحرر على الويب في جعل النصوص مختصرة قدر الإمكان.

- **التبسيط:**

بمعنى أن **يحرص** المحرر على عدم ازدحام الصفحة بالرسوم الجرافيكية المعلوماتية كالإحصاءات والرسوم البيانية المعقدة التي تصلح أكثر مع الصحافة المطبوعة لأنها تؤدي إلى:

  - بطء الاستعراض على الإنترنت.
  - تقلل من قارئي المادة الصحفية المنشورة على الشبكة.

فتبعاً لنتائج الدراسات ليس لمتصفح الانترنت دائماً الوقت الكافي للاستمرار في قراءة موضوع على الشبكة كاملاً، إذ ينتقل إلى صفحات أخرى ظناً منه أنها تحوي معلومات أكثر أهمية وأنها ستكون أكثر سهولة في الاستعراض.

عوامل تحقيق التبسيط على الإنترنت[vii]:

- إعداد قائمة منشطة بالأفكار الرئيسية للنص الذي ينوي المحرر القيام بتحريره.
- الحرص على اقتصار كل فقرة على فكرة واحدة.
- تلوين بعض الكلمات المفتاحية أو العبارات وربطها بمعلومات أكثر تفصيلاً منشورة بصفحات أخرى داخل أو خارج الموقع.
- استخدام عناوين فرعية داخل النص.

- **الربط:**

يجب على المحرر أن يستفيد من ربط المعلومات التي يقدمها للمتصفح بالمعلومات الأخرى المرتبطة بها ربطا رئيسيا أو ثانويا فرعيا (نصوص، فيديو، صوت، أرشيف ...) سواء داخل الموقع أو على الشبكة كلها.

خيارات الربط التي تتوافر للمحرر[viii]:

- ربط النص الصحفي بنصوص أخرى داخل الموقع وتتنوع كالتالي:

1) ربط العناوين والمقدمات بالتفاصيل.
2) ربط القصص الصحفية بخلفياتها.
3) ربط الموضوعات المتشابهة.
4) ربط الموضوع بأرشيف الصحيفة.

- ربط النص الصحفي بنصوص أخرى خارج الموقع وفق الخيارات التالية:

1) ربط المعلومات المنشورة بمواقع المصادر والجهات المتصلة بها.
2) ربط المعلومات بقواعد البيانات.

3) ربط المعلومات بالمواقع ذات الصلة والتي بينها وبين الصحيفة أو الموقع اتفاق يتم بموجبه تبادل الربط.

- ربط النص الصحفي بوسائل أخرى على الموقع مثل:

1) لقطات الفيديو.

2) المقاطع السمعية.

3) أرشيف الصور.

4) الرسوم الجرافيكية.

أسس بناء الكتلة النصية الإلكترونية:



اعتاد المحرر الصحفي على الكتابة السطرية باستخدام نموذج لتنظيم النص الصحفي المطبوع يعتمد على علاقة خطية بين مقدمة الموضوع ونهايته، أما في التحرير الإلكتروني فقد خرق المحرر هذه القاعدة، وأصبح يتعامل مع صفحة استقبال للموقع أو للصحيفة تحتوي على أسماء تقسيمات أو أبواب مختلفة للمضمون الكلي، ليتمكن المتصفح من إتباع الطرق الفرعية التي يقترحها عليه المحرر للوصول بشكل أسرع إلى مادته المفضلة.



وبناء على ما سبق لابد للمحرر من بناء الكتلة النصية للموضوع الذي يحرره مراعياً الأسس التالية لإنجاز التحرير الإلكتروني مستفيدا ما أمكن من مزايا التكنولوجيا الجديدة:

- تفتيت الموضوع إلى وحدات صغيرة.
- مراعاة التوافق بحيث يتم وضع المعلومات بالفكرة الرئيسية فقط.
- اتباع شكل موحد للموضوع الواحد بمعنى يجب استخدام (كلمات، عناوين، أشكال، ألوان، أسلوب

في الترتيب، منطق متشابه) في تحرير ونقل المعلومات المتعلقة والمرتبطة بنفس الموضوع.

- استخدام العناوين القابلة للنقر *Etiquette*: كل كتلة نصية أو مجموعة كتل متعاقبة ومترابطة يكون لها عنوان، ويتم الإشارة إلى العنوان التالي في آخر الكتلة.

<u>مثال:</u>

«يوم ممطر آخر» جدل ساخن على فضائية دبي



<u>ستبدأ فضائية دبي بث المسلسل الدرامي الجديد "يوم ممطر آخر" للمخرجة رشا شربتجي والكاتبة ريم مشهدي، ابتداء من 27 مايو الجاري، حسب ما أفاد المدير التنفيذي للشركة.</u>

عناصر التحرير على صفحة الويب[ix]:

تتنوع واجهات مواقع شبكة الإنترنت ويحمل كل منها أساليب مختلفة في التأليف وتنفيذ الفكرة، فهناك مواقع تعتمد على النص كبناء أساسي، وأخرى تعتمد على الصور والمخططات كعناصر مخاطبة بصرية لعرض الفكرة، وبين النوعين تظهر أنواع مختلفة من طرق العرض لتخاطب أنواعا مختلفة من القراء.

لكن في كل الأحوال فإن الفكرة أكانت نصاً أو صورة يتم التخطيط لها بشكل مختلف عن المطبوعات التقليدية، حيث يضع المخطط في اعتباره طبيعة النشر الإلكترونية وقدرات المتصفحين ومستوياتهم[x].

ويرتبط نجاح الموقع بالدرجة الأولى بقدرته على إظهار الميزة التي يتمتع بها بشكلها الأمثل كما يريدها المتصفح الذي يحتاج هذا الموقع، لكن المتتبع لهذا الموضوع يدرك أنه لا يوجد شكل معياري مفروض على موقع معين، ومن يحدد شكل الموقع ومضمونه هو صاحب الموقع نفسه وفقا للأهداف التي أنشأ الموقع من أجلها، وبالتالي يحدد طريقة تعامله مع عناصر وأدوات التحرير على صفحة الويب والتي يمكن تصنيفها كالتالي:

<u>العناوين: **وهي نوعان:**</u>

• العناوين الثابتة:

هي العناوين التي لا تتغير من عدد إلى آخر، أو من تحديث إلى آخر، وتستخدمها الصحف والمواقع الإلكترونية في عرض أبوابها الثابتة، وعادة ما توضع على شكل عناوين تتلو بعضها بعضا في الجهة اليمنى من الصحف التي تبدأ فيها الكتابة من جهة اليمين، ومن اليسار في الصحف التي تبدأ فيها الكتابة من الجهة اليسرى، أو على شكل شريط أفقي تحت عنوان الموقع أو الصحيفة أو في آخر الصفحة الرئيسية.



الرئيسية	مجتمع
سياسة	منوعات
محليات	صحة
اقتصاد	مرايا
ثقافة و فن	علوم و تكنولوجيا
رياضة	حوادث

العناوين المتغيرة:

هي العناوين التي تتغير من عدد إلى آخر، أو من تحديث إلى آخر، ويمكن بدورها تقسيمها إلى:



- العناوين الرئيسية: هي العناوين التي تحتوي على مقدمات وتكون مميزة من ناحية الموقع والمساحة والحجم وتكون في صدر الصفحة وتشغل مساحة أكبر من غيرها.



بيروت تستعيد حياتها الطبيعية اليوم

الأكثريّة تطالب بأولويّة بحث سلاح المقاومة بتحريض أمريكي

قبيل منتصف ليل أمس تراجعت حكومة الرئيس فؤاد السنيورة عن القرارين في شأن شبكة الاتصالات الخاصة

بالمقاومة ورئيس جهاز أمن مطار بيروت العميد وفيق شقير. وقد استلزمت الخطوة....

[التفاصيل]

- **العناوين المجمعة:** هي العناوين الأقل في أهميتها من وجهة نظر الصحيفة ولهذا تضعها في نهاية الصفحة بشكل متتال، ودون تمييز من ناحية الموقع أو المساحة أو الحجم.
- **العناوين الفرعية:** هي العناوين التابعة للعناوين الرئيسية لكن حجمها يكون أصغر يصل إلى حجم خط النص المستخدم في عرض الموضوع أو الخبر أو أقل.

انظر في ذلك الأمثلة التالية:

شؤون سياسية

- عرقجي وماديان يردان على الحريري
- الحكم على مدوّن بالسجن ثلاث سنوات
- ناجٍ يروي تفاصيل مجزرة حلبا
- تقارير غربية ترجح سقوط حكومة السنيورة بعد زيارة بوش للمنطقة
- دمشق تطالب بـ«توفير الحماية» للعمال السوريين

المزيد ...

شؤون محلية

- المواطن وقانون السير الجديد
- سحابة من دخان القمامة تغطي أجواء مدينة طرطوس
- استملاك 550 دونماً لصالح(ديار دمشق)
- وزير الاتصالات : تأثير الإعلام الإلكتروني السوري أكبر منه في دول أخرى
- (أسرار وأخبار)وأطباء يتحولون إلى سماسرة

المزيد ...

المقدمات:



تحتل المقدمات في الإعلام الإلكتروني عامة والإخباري خاصة أهمية كبيرة، حيث يكتفي القارئ غالباً بتصفح العناوين والمقدمات للمواد والموضوعات التي لا تحظى لديه باهتمام خاص، ومن

الخطأ أن يقدم محررو المواقع الإلكترونية على تجاهل مقدمات موضوعاتهم وأخبارهم ودمجها مع النص (المتن)، بنفس البنط وحجمه، دون تمييزها شكلاً ومضموناً.

الصــور:



هي الصور التي تلتقطها الكاميرا الفوتوغرافية ويتم مسحها *Scanning* وتحميلها *Downloading* بصفحات الموقع(xi).

وتتخذ الصور من الدور الوظيفي الذي تؤديه داخل الموقع الإلكتروني ثلاثة أشكال:

- الصور المعلوماتية والإخبارية: كالصور الشخصية والموضوعية (التي تعبر عن الموضوع أو الحدث)، ومنها أيضا الرسوم التوضيحية كالرسوم البيانية والخرائط والأشكال التوضيحية.



- شعار الموقع: الذي يقدم شخصية الموقع ويقوم بعملية ربط بصري بينها وبين القارئ.



- الصور كروابط: تستخدم المواقع الإلكترونية على اختلافها وتنوعها وكذلك الصحف الإلكترونية هذا النوع بدلاً من كتل النصوص الجامدة لتقديم شكل جمالي يجذب المتصفح فتكون دليله الشيق للقراءة والمتابعة.

وأيا كان نوع وشكل الصور فإنها تساند المحرر وتدعم الكلمات وتسهم في تأدية الوظائف التالية:



- الوظيفة الجمالية: المتمثلة في تقديم الشكل المرئي والتأكيد عليه.
- الوظيفة التصويرية: وهي التي تحتوي على العناصر المذكورة في النص (شخصيات، أماكن، ظواهر).
- الوظيفة التنظيمية: المتمثلة في تصوير علاقات العناصر المذكورة في النص.
- الوظيفة التفسيرية: المتمثلة في توضيح كيفية حدوث الأشياء.

انظر في ما سبق الأمثلة التالية:

"شعار موقع جريدة السفير الالكتروني"



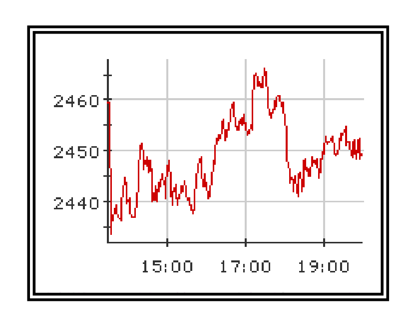


صور الصفحة الرئيسية

من موقع *BBC*



صور شخصية داعمة لعناوين مقالات قابلة للنقر



استخدام الرسوم البيانية

استخدام الخرائط الجغرافية

الرسوم المتحركة:



هي أسلوب عمل حركة خادعة عن طريق استعراض سلسلة من الصور المختلفة التي تمر بسرعة فائقة خادعة للعين عن طريق ما يسمى بالخداع البصري، وذلك برؤية هذه الصور متحركة معتمدة في ذلك على نظرية بقاء الرؤية على شبكية العين مدة 10/1 من الثانية بعد زوال الصورة الفعلي، ومن أكثر تقنيات الرسوم المتحركة استخداماً هي تقنية الرسوم المتحركة المصنوعة من ملفات (*GIF*)، تليها تقنية الرسوم المتحركة من نوعية (*SHOCKWAVE FLASH*).

وهناك مجموعة من المحاذير التي يجب أن يراعيها مصمم موقع الصحيفة الإلكترونية في استخدامه للرسوم المتحركة منها:

- عدم وضع الرسوم المتحركة في منتصف الصفحة.
- عدم وضع الرسوم المتحركة في مراكز الانتباه القصوى في الصفحة.

لأن ذلك يؤثر على مجال الرؤية لدى المتصفح، ويجعله لا يتابع القراءة المستمرة للنص لإحساسه بالحركة.



الصوت:



تخزن ملفات الصوت في الكومبيوتر بعدة أشكال، لكنها تختلف من حيث الحجم الذي تشغله ودقة نقل الصوت الأصلي، ومن أشهر هذه الأنواع ملفات (au) و (snd) وهما من أقدم ملفات الصوت، وقد استخدما أول مرة مع نظام (unix) وتعدان من أكبر الملفات حجماً.

الفيديو:



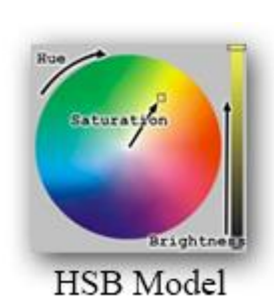
تنبع أهمية ملفات الفيديو من كونها تجسيد للأحداث تجعل المشاهد أكثر تعايشاً وتفاعلاً مع الحدث، بيد أن ملفات الفيديو على الإنترنت محاصرة بقيود بطء الاتصال التي تقلل من أهميتها من ناحية، وكبر حجم ملفات الفيديو من ناحية أخرى، إلا أن هذين القيدين آخذان في الانحسار شيئاً فشيئاً.



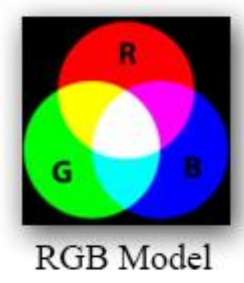


الألوان:

هناك نموذجان أساسيان لإدراك الألوان أحدهما خاص بإدراك الكومبيوتر للألوان ويسمى نموذج (*RGB Model*)، والآخر خاص بإدراك الأفراد للألوان ويسمى نموذج (*HSB Model*).



HSB Model



RGB Model

يسهل اختيار الألوان المناسبة عملية التصفح وتحقق الغاية من الموقع، لكن لا توجد معايير ثابتة بالنسبة لجميع مكونات الصفحة بالنسبة للألوان التي يجب أن تكون منسقة بشكل يريح النظر، وقادرة على إيصال الفكرة، لأن التضارب اللوني قد يؤدي إلى تشتيت المتصفح وعزوفه عن الموقع.




Page 2 of 3

عكس السير موقع اخباري اجتماعي ناقد

file://C:\Documents and Settings\mai.y\Desktop\عكس السير موقع اخباري اجتماعي ناقد.htm

الخلاصة

لم تكن هناك تقاليد للتحرير الإلكتروني أو قواعد متفق عليها، لكن مع التطور السريع والمتنامي لهذا الإعلام الجديد تطورت أساليب التحرير في الصحف والمواقع المختلفة، وظهر مفهوم التحرير الإلكتروني *E.editing*.

من سمات الكتابة الإلكترونية إمكانية استخدام مختلف أنواع الإشارات والسرعة والقدرة على اختصار الزمن والمسافات والسعة الكبيرة والقدرة على تنظيم المعلومات في مجال فضائي لا محدود والتحفيز غير المسبوق لقدرات المحرر الصحفي من خلال امتلاكه أدوات جديدة للتعبير.

ولمفهوم التحرير الإلكتروني عدة مبادئ هي الوضوح والاتساق والدقة والكفاية والتناسب والتشييد، ومن معايير التحرير الإلكتروني الاختصار والتبسيط والربط.

لابد للمحرر من بناء الكتلة النصية للموضوع لإنجاز التحرير الإلكتروني مراعياً عدداً من الأسس هي تفتيت الموضوع إلى وحدات صغيرة ومراعاة التوافق واتباع شكل موحد للموضوع الواحد واستخدام العناوين القابلة للنقر.

يحدّد صاحب الموقع شكل الموقع ومضمونه وفقا للأهداف التي أنشأ الموقع من أجلها، ويحدد طريقة تعامله مع عناصر وأدوات التحرير على صفحة الويب وهي: (العناوين، المقدمات، الصور، الرسوم المتحركة، الصوت، الفيديو، الألوان).

التمارين

1 من سمات الكتابة الإلكترونية:

A- التحفيز غير المسبوق لقدرات المحرر.

B- السعة الكبيرة والقدرة على تنظيم المعلومات في مجال فضائي لا محدود.

C- السرعة والقدرة على اختصار الزمن والمسافات.

D- إمكانية استخدام مختلف أنواع الإشارات.

E- كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة: كلها صحيحة

2- من مبادئ التحرير الالكتروني:

A- الوضوح.

B- الاتساق.

C- الدقة.

D- الكفاية والتناسب.

E- كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة:كلها صحيحة

3- أولى أسس بناء الكتلة النصية الإلكترونية التفتيت إلى وحدات صغيرة.:

A- صح.

B- خطأ.

الإجابة الصحيحة:صح

4- "عناوين" يضعها المحرر في نهاية الصفحة بشكل متتال، ودون تمييز من ناحية الموقع أو المساحة أو الحجم:

A- العناوين المجمعة.

B- العناوين الفرعية.

الإجابة الصحيحة: العناوين المجمعة

5- تدعم الصور الكلمات من خلال تأدية الوظائف التالية:

A- الجمالية.

B- التصويرية.

C- التنظيمية.

D- التفسيرية.

E- كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة: كلها صحيحة

6- أولى عوامل تحقيق التبسيط على الانترنت إعداد قائمة منشطة بالأفكار الرئيسية للنص الذي ينوي المحرر القيام بتحريره:

A- صح.

B- خطأ.

الإجابة الصحيحة:صح

المراجع

1) فهمي، نجوى عبد السلام، (1998)، "تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية الواقع وآفاق المستقبل"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع، ص209.

2) **Rude,C & Smoth, E, "Use of Computer in Technical Editing", Technical Communication, Vol 39, p 341. (1992).**

3) **Forkas,K., & Poltrok, E., "Online Edition mark-up models and the workplace live of edition", On Professional Communication, vol., 38, p. 111. (1995).**

4) **Weber, J., "Electronic Edition in The Computer Age", (Australia ; Archer press), p.5. (1999).**

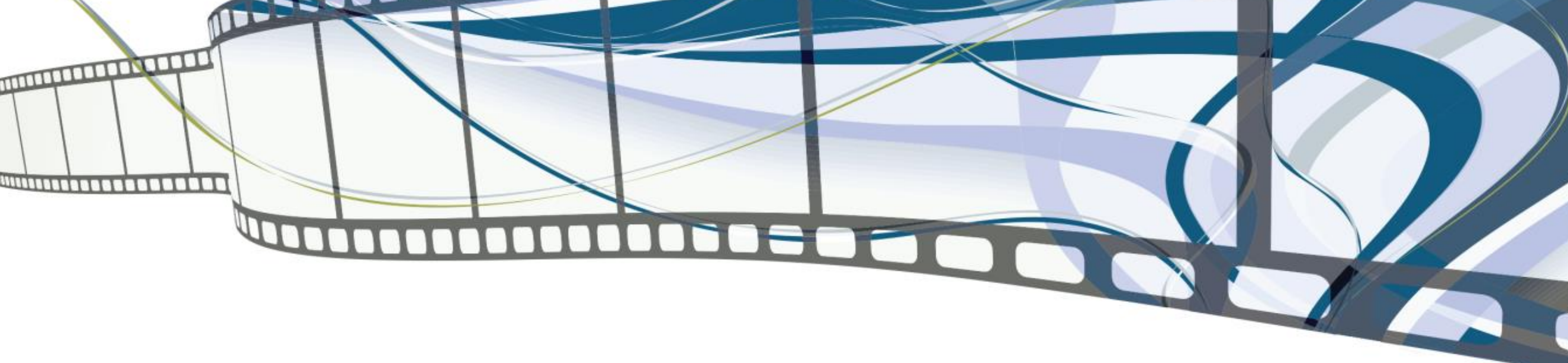
5) مهنا، فريال، (2002)، "علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية"، دار الفكر، دمشق، ص 510.

6) التربان، ماجد سالم، (2008)، "الانترنيت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية"، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص 248.

7) التربان، ماجد سالم، مرجع سابق، ص 248.

8) محسب، حلمي محمود محمد أحمد، (2007)، "إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الانترنيت دار العلوم للنشر والتوزيع، قنا، جمهورية مصر العربية.

9) الفيصل، عبد الأمير مويت، (2006)، "الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي"، دار الشروق، عمان، الأردن، الطبعة العربية الأولى.



الوحدة التعليمية الرابعة

أدوات المحرر وقوالب التحرير

الأهداف التعليمية:

بعد دراسة هذه الوحدة التعليمية يجب على الطالب أن يكون قادراً على:

- امتلاك خلفية معرفية جيدة عن أدوات المحرر الإلكتروني
- الاطلاع الشامل حول أنماط التحرير الإلكتروني
- التمكن من تحديد قوالب التحرير الصالحة للتحرير الإلكتروني
- الاطلاع على تحرير الخبر الإلكتروني وفق قوالب محددة بالتفصيل
- الاطلاع على نموذج ريل سوفت *Real Soft* للتحرير الإلكتروني والتصميم ومزاياه

سمات المحرر الإلكتروني:

أحدثت الصحافة الإلكترونية انقلاباً في الصحافة والتحرير وطرق نشر المعلومة، وقامت بذات الانقلاب مع صانعي الأخبار ومحرريها وأصبح لزاماً على هؤلاء امتلاك جملة من السمات والمزايا والمواصفات التي بدونها لا يمكن لهم التعامل مع التحرير الإلكتروني الجديد من أبرزها:

- التمكن من استخدام الحاسب الآلي وبرامجه، خاصة برامج الكتابة وبرامج الصور.
- التعامل مع شبكة الإنترنت من حيث البحث والتجوال والتصفح.
- امتلاك الخبرة الكافية بطرق حماية وأمن الحاسب الآلي مثل البرامج المضادة للفيروسات، والبرامج المضادة للتجسس، وما إلى ذلك حتى يتمكن من التعامل مع أي طارئ.
- المتابعة الدؤوبة لما يقوم بتحريره ونشره، وردود الفعل عليه حتى يمكنه الرد إن احتاج الأمر إلى ذلك.
- الحرص على متابعة بريده الإلكتروني الخاص بالصحيفة الذي يرسل ويستقبل منه الرسائل من المصادر المختلفة، ولابد أن يكون مدركاً لسعته الإجمالية حتى لا يتسبب جهله في منع وصول خبر هام لصحيفته في الوقت المناسب.
- امتلاك المهارة الكاملة في التحرير والتعبير عن المعنى وفق الكتابة التكوينية، فنحن حينما نتكلم نتصل بالآخرين باستخدام الإشارات اللفظية وغير اللفظية، فنضيف للكلمات التنغيم والإطناب والسكنات والحركات، هذه الإشارات غير اللفظية غير متاحة للمحرر الصحفي الذي يقتصر تعبيره

عن المعنى على استخدام الإشارات المكتوبة لنقل أفكاره على الورق، أما الكتابة الإلكترونية (التكوينية) فقد أدخلت إمكانيات جديدة، واتسع أمام المحرر الإلكتروني مجال استخدام الإشارات غير اللفظية.

أدوات المحرر الإلكتروني:

يمكن الإشارة إلى تسع أدوات يحتاجها المحرر لاستخدامها في التحرير للإعلام الإلكتروني[i]:

<u>الفضاء *Virtual Space*</u>:

أصبح المحرر يستخدم الفضاء حينما يكتب وليس الورق، كما أن ما يكتب أو يقرأ على الكومبيوتر تحده فقط حدود إمكانيات جهاز الكومبيوتر وأنواع التطبيقات المتاحة عليه، فاستخدام الفضاء الإلكتروني في التحرير أدخل مفهوماً جديداً أطلق عليه الفضاء الوهمي.

<u>نقاط التقاء الملتقيات *Nodes*</u>:

تمثل مستودعات المعلومات ويمكن ربطها إلى غيرها وتمثل أصغر جزء من (الهيبرتكست)، وتأخذ شكلين: بروار مغلق *Enclosed Space*، صناديق *Boxes*.



. ثقافة و فن   . رياضة   سياسة   Rss

. مجتمع   اقتصاد   Rss

الوصلات *Links*:

تربط الوصلات نقاط الالتقاء أو تدل المتصفح على وجود نقطة التقاء، بمعنى وجود علاقة بين النص الذي يقرأه ونقطة الالتقاء التي يمكنه الانتقال إليها، والإشارة الدالة على وجود وصلة قد تأخذ شكل:

- (كلمة).
- (جملة).
- (زر).
- (صورة).
- أهم وظائف الوصلات:
  - الربط بين صفحات الموقع الواحد.
  - السماح لزائر الموقع الانتقال بين صفحاته.
  - السماح لزائر الموقع التنقل من الموقع إلى غيره على الويب.
- أسلوب عرض الوصلات:

تتضمن ثلاث فئات كالتالي[ii]:

- الأسلوب المنتظم: حيث تأخذ وصلات الموقع ترتيباً واضحاً داخل الصفحة قد يكون أفقياً أو رأسياً، ما يجعل التعرف عليه سهلاً.
- الأسلوب العشوائي: حيث لا تتبع الوصلات نظاماً معيناً في عرضها، بل تنتشر بأرجاء الصفحة ما يجعل التعرف عليها صعباً بل قد تكتشف بالمصادفة.

- الأسلوب المنتظم والعشوائي: في حالة عرض الوصلات بصفحات الموقع باستخدام كل من الأسلوب المنتظم والعشوائي معاً.

- أشكال الوصلات:

وتتضمن أربع فئات أساسية على النحو التالي[iii]:

- مادة مكتوبة: حيث يتم الاتصال بين صفحات الموقع أو من موقع لآخر من خلال كلمات، إلا أنها مميزة عن بقية أجزاء النص المكتوب كأن يتم كتابتها بخط مختلف أو بحجم مختلف أو بنمط مختلف، أو إبرازها بوضع خط أسفلها أو كتابتها بلون مختلف في بعض الأحيان.
- صور: يقصد بها الوصلات النصية داخل إطار صورة لإبرازها وقد يكون هذا الإطار دائرة أو مربع أو أي شكل آخر.
- أيقونات: حيث يتم استبدال الكلمة أو العبارة النصية برسوم على الشاشة للدلالة على مضمون معين أو القيام بأمر ما.
- رموز: حيث يتم عرض صفحات الموقع من خلال وصلات رسومية وأخرى نصية ترتبط ببعضها البعض بشكل غير مباشر.

المشاهدة Views:

يتيح (الهيبرتكست) عدة طرق لرؤية النص منها إمكانية تصغيره أو تكبيره بطريقة الزووم، أو فتح نوافذ داخل النص وتكبيرها وتصغيرها، وقد يتاح للمتصفح فتح عدة نوافذ في الوقت نفسه، كما يتم أحياناً عرض قائمة بعناوين نقاط الالتقاء في النص بطريقة فهرس الكتاب ليقوم المتصفح باختيار الجزء الذي يرغب في قراءته، كما يتم عرض النص وفق نماذج وأساليب متعددة تبعاً لتقدير الصحيفة لأهمية هذه النصوص وأولوية إبرازها، فبعض الصحف تكتفي بالإشارة للموضوع الإخباري باستخدام عناوين رئيسية فقط، على أن تكون نشطة ثابتة أو متحركة، أو تلجأ لإضافة ملخص لأهم ما ورد في الخبر إلى جانب العناوين.

الألوان Colors:

كانت الألوان تضاف إلى النص المكتوب كعنصر تيبوغرافي أثناء الطباعة، أما الآن فيمكن للمحرر استخدام الألوان لخلق ترابط بين أجزاء النص باللون نفسه، كما تتيح له فرصة استخدام الرسوم الملونة للتعبير عن أفكاره، وتنقسم الألوان إلى[iv]:

- ألوان أساسية كالأحمر، والأخضر، والأزرق.
- ألوان ثانوية كالأصفر.
- ألوان محايدة كالرمادي، والأسود، والأبيض.
- ألوان آمنة وهي (216) لوناً تنبثق عن الألوان الرئيسية.
- الألوان الثلاثية: هي ثلاثة ألوان متساوية المسافات في العجلة اللونية وتفيد في التصميم المعقد.
- الألوان التماثلية: هي التي تكون تالية لغيرها في عجلة الألوان (أحمر، برتقالي، أرجواني).
- الألوان الدافئة: الأحمر ومشتقاته وهي مفضلة في جذب الانتباه، إلا أن الإكثار منها يضعف الصفحة.
- الألوان الباردة: الأزرق ومشتقاته وتصلح للخلفيات.
- الألوان المتممة: هي التي تقابل بعضها البعض في عجلة الألوان مثال: الأصفر مكمل للأزرق.

الصوت Vois:

أتاح (الهيبرتكست) مدموجاً مع (الهيبرميديا) للمحرر استخدام الصوت كجزء من النص، فالنص المكتوب لم يعد مرئياً فقط بل مسموعاً أيضاً سواء بإضافة فقرة من خطاب أو موسيقى أو أصوات مدمجة، ما يعني أن الإشارات غير اللفظية والضغط على مقاطع الكلمات والوقفات أصبحت جزءاً من النص المكتوب.

الرسوم:



كانت الرسوم دائماً جزءاً من النص المكتوب رغم تكلفتها العالية في عملية الطباعة ما حدّ من استخدامها بكثرة، أما المحرر الجديد فبإمكانه استخدام الرسوم كجزء من النص،

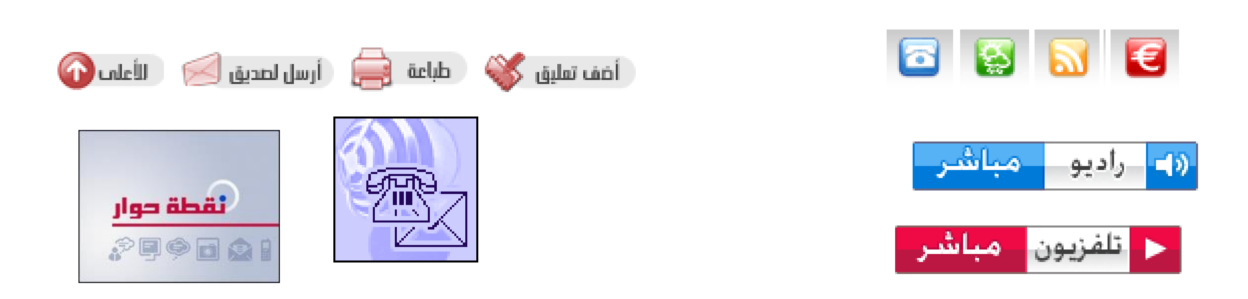


ويمكن له أن ينتقي الرسم الذي يعبّر عن أفكاره من قاعدة بيانات للرسوم أو من أي أرشيف فني على الإنترنت.

الأيقونات Icons:



يلجأ المحرر إلى استخدام الأيقونات كرموز تدل على ما خلفها من مضمون، ما خلق ثقافة من الرموز المتعارف على معانيها والتي يسهل تمييزها عن بعضها البعض بين متصفحي الإنترنت على اختلاف لغاتهم وثقافاتهم، لذا يجب الحرص على أن تكون هذه الأيقونات مفهومة بكل اللغات[٧].



الأفلام والصور المتحركة:

أصبح بإمكان المحرر أن يستخدم الأفلام والصور المتحركة لتعبر عن الحدث الذي يحرره مستعيراً من التلفزيون أبرز ما يميزه كوسيلة إعلامية.

- **أنواع من ملفات الفيديو:**

هناك ثلاثة أنواع من ملفات الفيديو هي[vi]:

  - ملفات (Quick Time).
  - ملفات (Video For Windows).
  - ملفات (MPEG).

مما سبق: تعددت وتنوعت أدوات التحرير الإلكتروني، فبعد أن كان المحرر في الصحيفة المطبوعة يعتمد على أداتين تعبيريتين هما (النصوص الحرفية) و(الصور الثابتة)، فإن المحرر في الصحيفة الإلكترونية كما مر سابقا لديه الكثير من الأدوات، الأمر الذي يتطلب مراجعة شاملة لطريقة تفكيره وتصوره لبناء المادة الصحفية وأسلوب كتابته.

أنماط التحرير الالكتروني:



يوجد ثلاثة أنماط رئيسية من تكنولوجيا نقل النص على الشبكة هي[vii]:

- نمط الجرافيك التبادلي "الصورة" *GIF*
- نمط النص المحمول *PDF*.
- نمط النص الفائق *HTML*.

تحرير الخبر الإلكتروني وقوالبه:



يشير مفهوم الخبر الإلكتروني إلى الأخبار التي يتم بثها على مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية المختلفة على الإنترنت، وتخضع هذه الأخبار في غالبية المواقع إلى عمليات تحديث مستمرة تمكّن المحرر من إضافة أية تفاصيل جديدة إلى الحدث وتزويده بالصور والخلفيات بالإضافة إلى ربطه بالأحداث المشابهة وقواعد البيانات والمعلومات[viii].

واستطاع الإعلام الإلكتروني أن يحدث انقلاباً ليس فقط في سرعة تناقل الخبر لكن أيضاً في صياغة الخبر وشكله وطريقة تحريره من خلال:

- التركيز والاختصار.
- عرض التفاصيل الغنية بالمعلومات والحقائق من خلال الروابط.
- إضافة الصوت والفيديو.
- وجود رد فعل سريع وفوري منشور من خلال تفاعل المتصفح مع الحدث، وإمكانية نشر تعليقه أسفل الخبر، الأمر الذي يغني الخبر بتعليقات من متصفحين قد يكونوا شهود عيان أو على تماس بالحدث أو شخوصه.
- الربط بالأرشيف لمن يريد الاستزادة من المعلومات حول نشأة الحدث وتطوره الزمني أو التاريخي.

قوالب تحرير الخبر الإلكتروني:

يفتقر العاملون في الصحافة الإلكترونية إلى قاعدة أو مجموعة قواعد متفق عليها بشكل جازم في التحرير الالكتروني، ويسود نوع من التجريب لأشكال عديدة في كتابة الأخبار والتقارير، فضلاً عن أساليب الصياغة وأساليب المزج بين الصوت والصورة والوسائط المتعددة، وفي جو التجريب هذا كانت القوالب الأكثر استخداماً وشيوعاً هي[ix]:

- **قالب الهرم المقلوب التقليدي: *Inverted Pyramid*:**

لا يزال قالب الهرم المقلوب من أفضل القوالب لكتابة الأخبار البسيطة على الإطلاق سواء في الصحافة الورقية أو الإلكترونية، حيث يمكن جمع الأخبار بسرعة ووضعها مراراً وبسهولة في مقدمات جديدة وأحياناً يفسح هذا القالب للمحرر قدراً كبيراً من الحرية والابتكار.

ولا يزال هذا القالب أنسب الأشكال لبناء المادة الإلكترونية حيث يتواءم مع فكرة اللاخطيّة في بناء المادة، ويمكن الاستعانة بالمقدمة الموجزة والانتقال منها بعد ذلك لقائمة العناوين أو المحاور الرئيسية داخل القصة الخبرية وكل منها يحرر بشكل مستقل عن الآخر مع وجود علاقة لاخطيّة تربط كل المحاور مع بعضها البعض.

- **نمط لوحة التصميم: *Story board*:**

يعدّ من القوالب الحديثة المهمة في تحرير الأخبار التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال عبر الإنترنت، ويأخذ هذا القالب في اعتباره أن الموضوع المنشور في الصحيفة الالكترونية يتميّز عن مثيله المطبوع باستخدام كل الإمكانيات التي تتيحها بيئة العمل على شبكة الإنترنت خاصة الوسائط المتعددة التفاعلية، ويتم في هذا النمط إدخال كل الإمكانات التي تتيحها بيئة العمل على شبكة الإنترنت وبخاصة الوسائط المتعددة التفاعلية، من خلال دمج الصوت والصورة ورجع الصدى بالقصة الإخبارية.

- **قالب الكتل النصية (بحجم الشاشة): *Screen Size Chunk Models*:**

يقوم هذا القالب بعرض المادة على شكل وحدات أو كتل كل منها بحجم شاشة واحدة، وتوجد وصلات بين هذه الكتل تنقل المتصفح بشكل خطي بين الوحدات (التالي) (السابق)، وكل وحدة منها تمثل امتداداً لما سبق وتمهيداً للتالي، ولذا ليس لها نهاية محددة، كما قد توجد وصلات خارجية تنقل المتصفح لصفحات ومواقع أخرى على الويب.

ومن مزايا هذا القالب أنه يفيد في تسهيل عملية التصفح من الناحية النظرية، لكن التطبيق العملي يشير إلى أن معظم الإصدارات تستخدمه كأسلوب جديد فقط في العرض والتصميم ولا تراعى مدى ملاءمته لطبيعة المحتوى نفسه وكيف يمكن أن يؤثر فيه.

ويناسب هذا القالب القصص والموضوعات التي تحتوي على عدة أحداث، وكلها مترابطة بشكل منطقي أي أنه أسلوب مختلف في العرض حيث تظل المادة نفسها كهيكل خطي متتابع وبالتالي تتطلب قراءتها خطياً حتى يمكن فهمها وإدراكها.

- **نمط المقاطع: *Section Technique*:**

يناسب الأخبار المركبة والمعمقة والقصص الخبرية المتوسطة الطول والطويلة، ويقوم على تقسيم الخبر إلى مقاطع، والعمل مع كل مقطع على أنه خبر مستقل له مقدمة وجسم وخاتمة، وتقسيم الخبر إلى أجزاء وفقاً لترتيب وقوع الأحداث، أو وفقاً للتطور الزمني للحدث.

- قالب السرد المتسلسل: *Serial Narrative Models*:

يقوم على تقسيم الموضوع إلى مقاطع قصيرة، ثم يكتب بطريقة خطية سردية دون وصلات تتيح الانتقال غير الخطي، ويراعى فيه وضع نهاية مشوّقة لكل مقطع حتى يستأنف المتصفح قراءته، ويشار إلى أن هذا القالب يستخدم مع الموضوعات ذات الصبغة الدرامية القصصية.

- **نمط القائمة: *Technique List*:**

يفيد في تحرير الأخبار عندما يكون لدى المحرر عدة نقاط مهمة يجب تأكيدها، ويقوم على وضع معلومات الخبر في شكل قوائم (علبة المعلومات)، داخل الخبر أو في خاتمته، ويمكن استخدامه في الأخبار التي تتعلق بدراسات ونتائج وبحوث والبرامج الحكومية والتقارير الاقتصادية.

- **نمط الساعة الرملية: *Hourglass Structure*:**

يتكوّن هذا النمط من مقدمة تلخيصية، ثم معلومات خلفية عن الحدث، ثم عرض لأهم وجهات نظر أطراف الحدث، ثم عرض زمني متتال للأحداث الفرعية في الخبر، وهو يشبه في بدايته قالب الهرم المقلوب حيث تضم المقدمة التلخيصية أهم المعلومات في أعلى الخبر ثم يبدأ السرد التتابعي لبقية المعلومات الأقل أهمية.

- **نمط الدائرة: *Circle Technique*:**

يتم تحرير الخبر في شكل دائرة النقطة الرئيسية فيها الاستهلال، وكل النقاط المساندة يجب أن تعود إلى هذه النقطة المركزية في الاستهلال، وهو على عكس الهرم المقلوب الذي ترتب فيه الوقائع حسب تدني درجة الأهمية، مع مراعاة أن كل جزء من الخبر متساو في الأهمية، وقد ترجع الخاتمة إلى نقطة الاستهلال.

- **النمط غير الطولي: *Non Linear*:**

هو على عكس القالب الطولي الذي يقوم على بناء الأخبار من البداية إلى النهاية كما لو كانت في خط مستقيم، وفيها لا يسيطر القارئ على تتابع الأحداث داخل الخبر، ويقوم على وجود وصلات متعددة *Hyperlinks*تسمح للقرّاء باختيار الترتيب الذي يريدون من خلاله الوصول إلى المعلومات التي يتضمنها

الخبر، ويحرّر الخبر وفق هذا القالب في صيغة مقاطع، بحيث يكون عنوانه ومقدمته على الصفحة الأولى من الموقع، بالإضافة إلى وصلات إلى متنه وتفاصيله وخلفياته التي توضع على صفحات أخرى من الموقع.

نموذج ريل سوفت *Real Soft* للتحرير الإلكتروني والتصميم:



يعتبر نموذج ريل سوفت للتحرير الالكتروني حلاً ممتازاً لكثير من المشكلات التي تواجه المحرّر أثناء أداءه لعمله مثل:

- **التكلفة:** إذ يتطلب الأمر تعيين مصممي صفحات ويب متخصصين برواتب كبيرة.
- **التعديل:** هناك كثير من الصحف الالكترونية والمواقع الإخبارية والمتنوعة تتأخر في الصدور بسبب تأخر مصمم الصحيفة في إنجاز العمل

أسباب كثيرة منها عدم توفر خدمة الإنترنت، تعطل الهاتف، الضغط الشخصي من قبل المصمم لزيادة أجره.

- انعدام القدرة على البحث أو الرجوع إلى الأرشيف.
- سرعة التحديث.

مزايا ريل سوفت *Real News Editor 1.0* في التحرير والتصميم(x):

- إفراد مرونة كبيرة في التصميم العام لموقع الصحيفة، حيث تم تصميم هذه النسخة من النظام لتتأقلم مع تصميم موقع الصحيفة لا لتجعل تصميم الصحيفة يتوافق مع النظام، وبهذا الشكل يمكن أن تختار الصحيفة الشكل العام الذي تختاره ويتم تركيب النظام بكل مرونة وسلاسة.

- تيسير عملية الإدخال والتحرير.

- دعم إخراج المواد المحرّرة بشكل محترف يضاهي المواقع الصحفية والإخبارية العالمية ويتفوّق على الكثير من مواقع الصحف في الشرق الأوسط.

- **الجاهزية للاستفادة من الإعلانات:** حيث بفضل المرونة الفائقة في تأقلم النظام مع التصميم المنتقى يمكن إفراد مساحات إعلانية كثيرة في طيات صفحات الموقع.

- **دعم لغات متعددة:** وذلك بفضل استخدام ملفات اللغات في هذه النسخة لن تكون اللغة عائقاً، فيمكن تركيب النظام على مواقع الصحف الصادرة باللغة العربية أو الانجليزية أو الفرنسية أو أي لغة أخرى تدعمها مستعرضات الإنترنت.

- **مكتبة الصور:** هذه النسخة تدعم بناء مكتبة للصور التي تستخدمها الصحيفة في تحرير الأخبار، وتوفر مكتبة الصور إمكانية تبويب الصور وتقسيمها إلى مجموعات لتسهيل الوصول إليها، كما تدعم البحث في الصور.

- **إدخال أكثر من صورة في الأخبار:** حيث لم يعد المحرر محدوداً بإدخال صورة واحدة للخبر، بل يمكنه إدخال أكثر من صورة ووضع الصور في المواضع التي يراها مناسبة، ويمكن أيضاً تصغير أو تكبير الصور باستخدام الماوس.

- **قدرة عالية في التنسيق:** يمكن تنسيق الأخبار كما تنسق مستندات*Word*، وذلك بفضل شريط الأدوات الغني الذي يوفره النظام، ويتيح إمكانية تغيير الخطوط والأحجام والألوان بكل سهولة.

- **المعاينة قبل النشر**: تحجب المحتويات التي يتم تحريرها عن زوار الموقع، وعند الانتهاء من التحرير يمكن معاينة كل الموقع قبل النشر والتأكد من جاهزيته للنشر، ثم يتم القيام بعملية النشر التي تجعل الزوار يطلعون على العدد الجديد.

- **تطويرات كثيرة على الأعمدة**: يمكن الآن تصنيف الأعمدة إلى مجموعات سياسية، اجتماعية،رياضية، كما يمكن كتابة نبذة تعريفية عن كاتب العمود، إضافة إلى عنوان بريده الإلكتروني، أو عنوان مدونته Writer's Blog إذا كان من كتّاب المدوّنات.

- **لزيادة مبيعات الصحيفة**: عن طريق فقرة "ماذا تقرأ في عدد الغد"، لتشويق الزوار للعدد القادم وحثهم على اقتناء نسخة منه.

- **تضمين كلمة العدد**: إذا كانت الصحيفة لها كلمة عدد ثابتة (افتتاحية)، يمكن إدخال كلمة العدد وعرضها على الصحيفة في الصفحة المفضّلة.

- **آلة بحث قوية**: بمقدور زائر الموقع البحث والتنقيب في الأخبار والأعمدة وكلمات العدد لكل قاعدة البيانات، وبنفس السهولة التي توفرها آلات البحث الشهيرة مثل *Google* حيث توفر آلة البحث للزائر دمج الكلمات المفتاحية لتضييق مجال البحث باستخدام علامة (+).

- **أرشيف على هيئة تقويم Calendar**: يمكّن لزوار الموقع الرجوع إلى أرشيف الصحيفة بكل سهولة ويسر بفضل شكل التقويم، يتميز العرض على شكل تقويم بعرض الأيام في الشهر بضبط شديد.

- دعم تنسيق عناوين الأخبار على هيئة عنوانين وهو الشائع في الكثير من الصحف.

- دعم تحرير الكاريكاتير.

- **دعم التعليق على الأخبار**: حيث يمكن لزوار الصحيفة أو الموقع أن يكتبوا آراءهم في محتويات الأخبار.

- دعم تزكية مقال أو خبر وإرساله إلى صديق.

- دعم شريط الأخبار.

- دعم توفير نسخة سهلة الطبع من الأخبار والمقالات.

- **دعم الارتباط بين الأخبار:** فعلى حسب الكلمات المفتاحية التي تكتبها في الأخبار والمقالات يقوم النظام ببناء الارتباط بين هذه الأخبار أو المقالات.

- **إحصاءات القراءة:** يمكن الاستفادة من إحصاءات القراءة في معرفة أكثر الأخبار أو الأعمدة قراءة، فالنظام يحدّث عدادات الأخبار والأعمدة في كل مرة يطلّع الزائر على محتواها.

- **الأمن:** تم تعزيز الأمن بشكل كبير لسد الثغرات التي تتبع تطبيقات الإنترنت، فصفحات التحكم في الموقع كلها محمية بأسماء دخول وكلمات مرور محرري الموقع، هذا بالإضافة إلى تسهيل عملية تغيير كلمة المرور، وضبط صلاحيات المستخدمين.

- **تعدّد المستخدمين:** لتسهيل عملية تحرير الصحيفة الالكترونية يدعم النظام بشكل ممتاز تعدد المستخدمين ومنع التضارب الذي يمكن أن يحدث أثناء تحرير الصحيفة، فالوضع الافتراضي هو أن يطلع المستخدم على المواضيع والمحتويات التي قام هو بإدخالها فقط.

- **تغيير الإعدادات:** لتوفير القدر اللازم من المرونة، يغير النظام عدد كبير من الإعدادات إلى الوضع الذي يناسب الصحيفة، لتغيير هذه الإعدادات لم تعد هناك حاجة إلى تعديل ملفات الإعدادات التي كانت تلازم معظم تطبيقات الإنترنت، بل يمكن تغيير هذه الإعدادات عبر (واجهة استخدام) معدة أصلاً لها الغرض.

- **سهولة في الاستخدام:** للعمل في النظام لا يتطلب الأمر خبرة كبيرة في استخدام الكمبيوتر.

الخلاصة

أحدثت الصحافة الإلكترونية انقلاباً في الصحافة والتحرير وطرق نشر المعلومة، وقامت بذات الانقلاب مع صانعي الأخبار ومحرريها وأصبح لزاماً على هؤلاء امتلاك جملة من السمات والمزايا والمواصفات التي بدونها لا يمكن لهم التعامل مع التحرير الإلكتروني الجديد

وتتعدّد أدوات المحرر الالكتروني مثل: (الفضاء الوهمي، نقاط التقاء الملتقيات، الوصلات، المشاهدة، الألوان، الصوت، الرسوم، الأيقونات، الأفلام والصور المتحركة).

وهناك عدد من الأنماط للتحرير الإلكتروني كنمط الجرافيك التبادلي "الصورة" *GIF*، ونمط النص المحمول *PDF*، ونمط النص الفائق *HTML*).

كما أنّ هناك عدد من القوالب التحريرية الصالحة للتحرير الإلكتروني، ويتم تحرير الخبر الإلكتروني وفق قوالب محددة بالتفصيل.

ويتمتّع نموذج ريل سوفت *Real Soft* للتحرير الالكتروني بعدد من المزايا في التحرير والتصميم

التمارين

1 –من أشكال الوصلات *Links*:

A–كلمة.

B– جملة.

C– صورة.

D– زر .

E– كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة: كلها صحيحة

2– نقاط التقاء الملتقيات *Nodes* هي مستودعات المعلومات ويمكن ربطها إلى غيرها وتمثل أصغر جزء من (الهيبرتكست)، وتأخذ شكلين: برواز مغلق *Enclose Space* ، صناديق *Boxes*.

A– صح.

B– خطأ.

الإجابة الصحيحة:صح

3- أنواع ملفات الفيديو هي:

A- ملفات (Quick Time).

B- ملفات (Video For Windows).

C- ملفات (MPEG).

D- كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة:كلها صحيحة

4- نمط المقاطع يناسب الأخبار المركبة والمعمقة والقصص الخبرية المتوسطة الطول والطويلة:

A- صح.

B- خطأ.

الإجابة الصحيحة: صح

5- يجب الحرص على أن تكون مفهومة بكل اللغات:

A- الكلمات.

B- الألوان.

C- الأيقونات.

D- الأفلام.

الإجابة الصحيحة:الأيقونات

6- نمط يتم فيه إدخال كل الإمكانات التي تتيحها بيئة العمل على شبكة الإنترنت وبخاصة الوسائط المتعددة التفاعلية، من خلال دمج الصوت والصورة ورجع الصدى بالقصة الإخبارية هو:

A- لوحة التصميم.

B- الكتل النصية.

C- الساعة الرملية.

D- الهرم المقلوب.

الإجابة الصحيحة:لوحة التصميم

المراجع

1) فهمي، نجوى عبد السلام، (1998)، "تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية الواقع وآفاق المستقبل"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع، ص 210-211.

2) التربان، ماجد سالم، (2008)، "الإنترنت والصحافة الالكترونية، رؤية مستقبلية"، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص 312، 313.

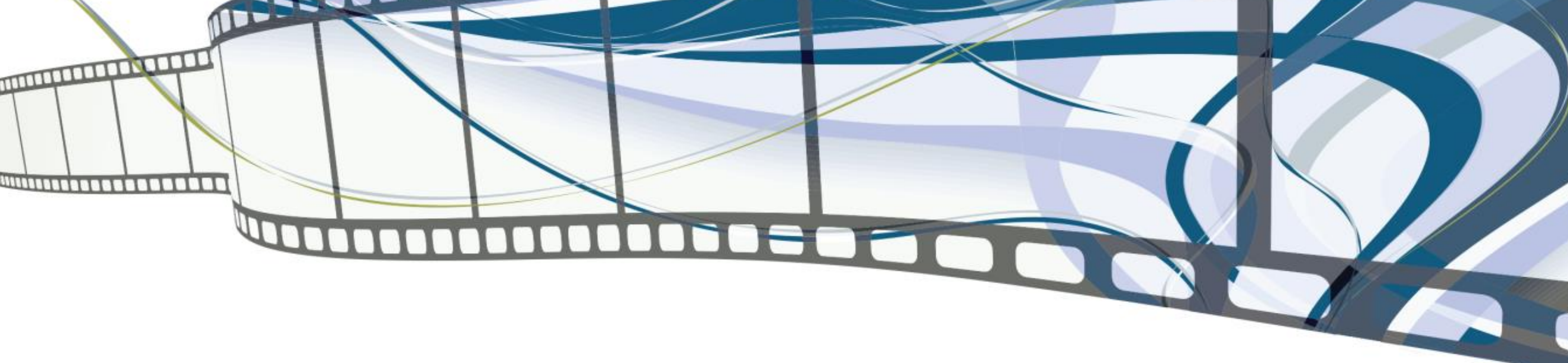
3) محسب، حلمي محمود محمد أحمد، (2007)، "إخراج الصحف الالكترونية على شبكة الإنترنت"، دار العلوم للنشر والتوزيع، قنا، جمهورية مصر العربية، ص 147، 148.

4) الفيصل، عبد الأمير مويت، (2006)، "الصحافة الالكترونية في الوطن العربي"، دار الشروق، عمان، الأردن، الطبعة العربية الأولى، ص 176.

5) فضلي، محمد عهدي، (2006)، "تكنولوجيا الصحافة والصحافة الالكترونية"، بدون ناشر، القاهرة، ص 180.

6) الفرم ،خالد، (3008)، "الصحافة الالكترونية الفلسطينية والغرق في التقليدية"، في : www.odabasham.net

7) "نموذج ريل سوفت Real Soft للتحرير الالكتروني والتصميم"، (2000)، استحضرت بتاريخ 2010/3/15، في http;//www .real soft. sd.



الوحدة التعليمية الخامسة

الصحافة الإلكترونية عبر الإنترنت

الأهداف التعليمية:

بعد دراسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادراً على:

- امتلاك خلفية معرفية جيدة عن مفهوم الصحافة الإلكترونية
- الاطلاع الشامل حول نشأة الصحافة الإلكترونية
- تحديد فئات الصحافة الإلكترونية
- الاطلاع على سمات الصحافة الإلكترونية العربية (وفق نتائج الدراسات)
- امتلاك خلفية معرفية جيدة بمميزات الصحافة الإلكترونية
- امتلاك خلفية معرفية جيدة عن الخصائص الاتصالية للصحف الإلكترونية
- فهم العناصر البنائية في الصحافة الإلكترونية
- الاطلاع على واقع التحديات التي تواجه الصحف الإلكترونية
- فهم واستيعاب الفروقات بين الصحافة الإلكترونية والورقية

تمهيد:

تشير الدراسات والتقديرات العالمية إلى سرعة تطوّر وتنامي انتشار ظاهرة الصحافة الإلكترونية لتشمل العالم بأسره، حيث أصبحت مصدر جذب لقطاعات كبيرة من الجمهور وخاصة من الشباب وذلك في غالبية دول العالم، مخلفة آثاراً شديدة ومثيرة للجدل على وسائل الإعلام التقليدية لاسيما الصحافة الورقية التي تأرجحت ما بين الاختفاء، والتراجع الشديد في حجم المبيعات، والمعاناة الاقتصادية الصعبة.

المعايير الأساسية لمجتمع المعلومات:

أطلق على العصر الحالي عصر المعلومات باعتبار أن المعلومات هي أبرز علاماته، فالمجتمع كما يراه العديد من الباحثين هو مجتمع المعلومات الذي تحكمه خمسة معايير أساسية تتّحدد في:

- المعيار التكنولوجي: حيث أصبحت تكنولوجيا المعلومات مصدر القوة الأساسية.
- المعيار الاجتماعي: حيث تأكد دور المعلومات كوسيلة للارتقاء بمستوى المعيشة وتحسين الخدمات.
- المعيار الاقتصادي: حيث أصبحت المعلومات تشكل عاملاً اقتصادياً وموردًا اقتصادياً وفرصاً جديدة للعمالة.
- المعيار السياسي: حيث أدت الحرية في المعلومات إلى حرية في السياسة، وذلك من خلال مشاركة الجماهير في القضايا السياسية.
- المعيار الثقافي: كاحترام الملكية الفكرية والحرص على الأمانة العلمية.

وهناك عدة نقاط استفادت منها الصحافة من الحاسبات الآلية من أبرزها:

- معالجة الكلمات: تضم برنامجاً خاصاً لتمكين المستخدم من تنسيق النصوص وتحريك الكلمات والجمل من مكان لآخر.
- النشر المكتبي: يستخدم في العمل الصحفي، حيث يمكّن المستخدم من إعداد الصفحة كاملة على الشاشة.
- تصميم الرسوم.
- البريد الإلكتروني: يسمح بإدخال وتخزين وتوزيع الرسائل والبيانات من مكان لآخر وذلك باستخدام خطوط الهاتف، وموجات الراديو، والألياف الضوئية، والأقمار الصناعية.

- النشر الإلكتروني: عبارة عن إصدار أو بث أو طرح الكلمة المكتوبة للتداول بالوسائل الإلكترونية، وتعني استخدام الناشر للعمليات المعتمدة على الحاسب الإلكتروني للحصول على المحتوى الفكري وتسجيله وتحديد شكله وتجديده من أجل بثه بطرق واعية.

- وقد فرض العصر الإلكتروني على الصحافة ضرورة تغيير محتواها وشكلها وأساليبها، كما تغيرت عملية تصنيع ونشر الصحف من خلال الاستفادة من الإمكانيات التي وفرتها التقنيات الجديدة.

مراحل التطوّر الصحفي:

يمكن على العموم تحديد خمس مراحل من التطور الصحفي:

- الصحافة المطبوعة: استخدمت الوسائل الميكانيكية التقليدية خاصة طباعة الأوفست، والتي كانت سائدة إلى ما قبل 50 عاماً.

- الصحافة الإذاعية والتلفزيونية: اعتمدت على الصوت والصورة في تقديم الأخبار والتقارير والتحقيقات مستخدمة الكاسيت والفيديو، وشكّلت منافساً شديداً للصحافة المطبوعة.

- الصحافة المطبوعة على الورق باستخدام تقنيات الحاسوب: خاصة في عمليات صف الحروف والتصميم والإخراج، أو ما يسمى عمليات ما قبل الطبع، وتمثل محاولة للاندماج ضمن الفضاء الإلكتروني والاستفادة من معطياته، وملاحقة تطوراته المتسارعة.

- الصحافة الإلكترونية المتوازية مع الصحافة التقليدية: أي أنها صحافة (إلكترونية + ورقية)، ويعتمد هذا النوع على النشر الرقمي على شبكة الإنترنت من خلال المواقع المتنوعة، حيث راحت الصحف والمجلات ودور النشر ومحطات الإذاعة والتلفزيون تتسابق لإنشاء (نسخ) ومواقع إلكترونية لها على شبكة الإنترنت، إلى جانب خدماتها التقليدية السابقة.

- الصحافة الرقمية اللاورقية: التي تعتمد على النشر الإلكتروني المتكامل والمتفاعل، حيث تقوم ببث رسائل إلكترونية إلى جمهور غير محدد جغرافياً، دون ارتباطها بأصل مطبوع وبجهاز تحريري وإداري خاص بها.

مراحل تبنّي واستخدام الصحافة الإلكترونية كوسيلة اتصال:

مرّت الصحافة الإلكترونية كأية (وسيلة اتصال مستحدثة) في المجتمعات بثلاث مراحل من التبنّي والاستخدام هي:

- المرحلة الصفوية:

حيث تستخدم الوسيلة على نطاق الصفوة لأسباب تتعلق بارتفاع نفقات الاستخدام والمهارات الأساسية المطلوبة للتشغيل.

- المرحلة التخصصية:

حيث تبدأ في الانتشار على مستوى الصفوة الاقتصادية أو التقنية أو قطاع معيّن مثل الحاسبات الإلكترونية.

- المرحلة الجماهيرية:

حيث تبدأ الوسيلة في الانتشار وسط قطاعات كبيرة من الجماهير نتيجة بساطة الاستعمال وانخفاض السعر والفائدة الشخصية.

مفهوم الصحافة الالكترونية:





تعرّف الصحافة الإلكترونية بأنها "منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة ويتم قراءتها من خلال جهاز كومبيوتر عبر شبكة الإنترنت"، وتتمثّل الفكرة الأساسية في الصحيفة الإلكترونية في توفير المادة الصحفية (خبر، تعليق، مقال، تقرير، تحقيق .....) على إحدى شبكات الخدمة التجارية الفورية *Commercial Online Service*.

نشأة الصحافة الإلكترونية:

رغم أن الإنترنت بدأت منذ ما يزيد عن الثلاثين عاماً، إلا أنها لم تجد إقبالاً من ناشري الصحف كوسيلة للنشر الإلكتروني حتى مطلع التسعينيات من القرن الماضي، وقد تضاربت الآراء حول أول صحيفة تدخل تجربة النشر الإلكتروني، ففي حين اختار البعض صحيفة (هيلز بنورج واجيلاد) السويدية كرائدة الصحف المنشورة على شبكة الإنترنت عام 1990، رأى البعض الآخر أن عام 1993 هو عام بداية نشر الصحف إلكترونياً بقيام مركز مركيوري للأبحاث بإصدار صحيفة (سان جوزيه مركيوري نيوز) لتكون في مقدمة الصحف الإلكترونية المنشورة على الويب.

في الولايات المتحدة الأمريكية:

بدأت الصحافة الأمريكية عهد النشر الإلكتروني في أواسط عام 1994 عندما دشنت صحيفة (واشنطن بوست) مشروع (الحبر الرقمي) كلف تنفيذه عشرات ملايين الدولارات، قامت خلاله ببث العديد من موضوعاتها من خلال شبكة الإنترنت مقابل بدل شهري لا يتجاوز 10 دولار، ويتضمن نشرة تعدها الصحيفة تعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الأحداث، مع مراجع وثائقية وإعلانات مبوبة وإعلانات الخدمات المتبادلة.

في المملكة المتحدة:

كانت صحيفة (إلكترونيك تلغراف) النسخة الإلكترونية من صحيفة (ديلي تلغراف) صحيفة الويب الرائدة في بريطانيا بظهورها على الإنترنت في سبتمبر/ أيلول 1994، تلتها صحيفة (التايمز) في نوفمبر/ تشرين الثاني من نفس العام، إلا أنها كانت خدمة نصية متواضعة ولم يتم تضمينها تكنولوجيا الويب الحديثة، وقد ظهرت طبعتا الويب الكاملة لصحيفتي (التايمز) و(الصنداي تايمز) في أول يناير/ كانون الثاني 1996، وكانت تلك الصحيفتان أولى الصحف التي تتضمن النص الكامل للإصدار المطبوع.

في الوطن العربي:

مرت الصحافة الإلكترونية العربية بمراحل تطورت من خلالها إلى الشكل الفني والمهني التي هي عليها الآن، وهذه المراحل هي:

- مرحلة النشر من خلال الأقراص المدمجة:

كانت أولى التجارب في إنتاج نصوص عربية كاملة وقد بدأته الصحف التالية:

- صحيفة الحياة في 17/ أكتوبر/ 1995 كان تاريخ الإصدار الأول للصحيفة على قرص مدمج للأشهر الستة الأولى من نفس العام أطلق عليها اسم "أرشيف الحياة الإلكترونية".
- صحيفتي السفير والنهار اللبنانيتين في يوليو 1997.
- صحيفة الأهرام المصرية فبراير 1998.

- صحيفة الشرق الأوسط في 14 مايو 1998.

- مرحلة إصدار النسخة الإلكترونية:

تأخّر ظهور الخدمات الصحفية العربية على شبكة الإنترنت إلى نهاية التسعينات رغم إدراك الصحف العربية لأهمية الإنترنت وضرورة تواجدها على الشبكة منذ انطلاق خدمات هذه الشبكة على المستوى العالمي عام 1990، وكانت الصحافة المكتوبة هي الأكثر استفادة من بين وسائل الإعلام العربية من خدمات الإنترنت، فقد مكنتها هذه الشبكة بصورة أو بأخرى من تخطي الموانع السياسية، وأيضاً الالتفاف على قوانين الإعلام التي تتصف بأنها (زجرية، مقيدة للحريات في أكثر الأحيان وفي غالبية الأقطار العربية).

- مرحلة إصدار الصحيفة الإلكترونية:

يمكن الإشارة إلى محاولتين عربيتين لإنتاج صحيفة إلكترونية على الإنترنت بشكل كامل ومباشر:

- صحيفة الجريدة التي انطلقت من أبو ظبي في يناير 2000، www.eljareeda.com
- صحيفة إيلاف في 2001، www.elaph.com

وإن كانت هناك نشرات إخبارية (News Letters) تحمل أخباراً عن لبنان من وكالات الأنباء ظلت موجودة طوال سنوات الحرب اللبنانية.

في العالم:

في 27 مايو/ أيار 1998 نشرت مجلة قائمة بـ (2859) جريدة يومية وأسبوعية لها مواقع على الويب من بينها (1749) جريدة موجودة في الولايات المتحدة الأمريكية.

ويعتبر هذا الرقم مؤشراً إلى أنه قبل انتهاء عقد التسعينات أسّست عشرات الصحف لنفسها مواقع على شبكة الإنترنت، وبدأت إصدار نسخ إلكترونية من طبعتها الورقية، وقد شجعها على ذلك: انتشار

الإنترنت، رخص التكلفة، سهولة الاستخدام، الرغبة في استخدام مواقعها الإلكترونية للترويج والإعلان عن طبعتها الورقية، ضمان آفاق جديدة للتوزيع والانتشار تتجاوز المتاح لطبعتها الورقية.

لكن سرعان ما اكتشفت إدارات الصحف الإلكترونية أنّ النسخة الإلكترونية المشابهة للطبعة الورقية لم تعد تلبي احتياجات القراء، حيث ظهر أن 10% فقط ممن زاروا موقع الصحيفة على الإنترنت يهتمون بموضوعات الطبعة الورقية، في حين يبحث 90% عن معلومات جديدة[i]، وهكذا بدأت الصحف بإنشاء إدارات تحرير خاصة لمواقعها الإلكترونية تتولى صحيفة مختلفة بنسبة 60% عن النسخة الورقية مستفيدة من المزايا الكبيرة التي تقدمها الإنترنت من حيث كمية المعلومات الممكن تقديمها والمساحة غير المحدودة للموقع الإلكتروني.

ومع تزايد أهمية الصحافة الإلكترونية بدأ يظهر اتجاه جديد من الصحف يتمثل بمواقع إخبارية إلكترونية تتخذ مظهر الصحيفة المتكاملة من حيث المضامين والتسمية ولكن تخضع للنمط الإلكتروني في التبويب وعرض المعلومات وأسلوب التحرير[ii].

كما تمّ تصنيف المعلومات ضمن نطاقات متنوعة وفق ما يريد أن يقدمه الموقع فمثلا:

- النطاق (com.) موقع تجاري.
- النطاق (net.) خدمات الشبكة.
- النطاق (edu.) موقع تعليمي.

فئات الصحافة الإلكترونية:

تتوزّع الصحافة الإلكترونية على ثلاث فئات هي:

النسخ الإلكترونية: وتنقسم إلى:

- مواقع تابعة لمؤسسات صحفية تقليدية: تعد الصحف امتداداً لها، وتمثل نسخاً عن الصحف المطبوعة تحتوي على معظم ما ينشر على صفحات تلك الصحف، ولا يعمل بها صحفيون وإنما مبرمجون ينقلون ما في الصحيفة المطبوعة إلى الموقع الإلكتروني[iii].
- مواقع تفاعلية تابعة للفضائيات: هناك بعض المواقع التفاعلية التابعة لفضائيات إخبارية متخصصة مثل قناة الجزيرة أو الـ BBC العربية تحوي أخباراً وتحليلات ونصوصاً متقطعة مما يذاع عبر الأثير، وقد تحتوي على أخبار خاصة بالموقع الإلكتروني كما أنه من الممكن أن يعمل بها مترجمون صحفيون ومحرّرون لتحديثها يومياً.

المواقع الإخبارية:

مثل (أريبيا أو لاين أريبيا ونسيج وغيرها)، وهي مواقع إلكترونية متخصصة تنشر أخباراً وتحليلات وتحقيقات أعدت خصيصاً للنشر على شبكة الإنترنت وتحدث موادها على مدار الساعة، كما يعمل في هذه البوابات محرّرون ومراسلون مهنيون متخصّصون.

الصحف الإلكترونية البحتة التي ليس لها نسخة مطبوعة On-Line Newspaper:

تدار عادةً بجهد فردي وتغطي مجالات الأخبار كافة من سياسة واقتصاد ورياضة وموسيقى وسينما، وتحاول تلك الدول الاستفادة من مزايا تصميم الصفحة لمزيد من التنوع، وهي صحف يومية يتم تحديث موادها الإخبارية آنيا وصفحتها يومياً.

مميّزات الصحافة الإلكترونية:









- النّقل الفوري للأخبار ومتابعة التطورات التي تطرأ عليها مع قابلية تعديل النصوص في أي وقت، ما جعلها تنافس الوسائل الإعلامية الأخرى كالإذاعة والتلفزيون، بل إن الصحافة الإلكترونية باتت تنافس هاتين الوسيلتين في عنصر الفورية الذي احتكرتهما زمناً طويلاً.
- قلّة التكاليف المالية لإنشاء الصحف على شبكة الإنترنت مقارنة بما هو مطلوب لإصدار صحيفة ورقية التي تحتاج إلى:
  - توفير المباني.
  - عدد كبير من الموظفين والمحررين والعمال.
  - مستلزمات التوزيع والتسويق والطباعة.
- التنوّع: ساعدت الإنترنت على إنشاء صحف متعددة الأبعاد ذات حجم غير محدد، تعمل من خلالها على إرضاء مستويات متعددة من فئات المجتمع.
- المرونة: تبرز المرونة بشكل جيد بالنسبة للمتصفح إذ يمكنه أن يتجاوز عدداً من المشكلات الإجرائية التي تعترضه إذا كان يملك الحد الأدنى من المعرفة بمهارات التعامل مع الإنترنت.
- المساحة الجغرافية اللا محدودة: يمكن أن تصل الصحيفة الإلكترونية إلى أرجاء بعيدة حول العالم، فللصحف الإلكترونية القدرة على اختراق الحدود والقارات دون رقابة أو موانع أو رسوم بل بشكل فوري رخيص التكاليف.

- التفاعلية: يستطيع الزائر التحاور المباشر مع مصممي الموقع وعرض آرائه مباشرة من خلال الموقع، كما يتمتع بإمكانية التحكم بالمعلومات وإرسالها وتبادلها[iv].

- توفر الصحافة الإلكترونية فرصة حفظ أرشيف إلكتروني سهل الاسترجاع وغزير المعلومات، حيث يستطيع المتصفح أن ينقب عن تفاصيل حدث ما أو يعود إلى المادة التي يريد، ويقوم الأرشيف بتزويده بسرعة قياسية بقائمة تتضمن كل ما نشر حول الحدث المطلوب في الموقع المعين خلال فترة زمنية محددة.

- اللا جماهيرية: أصبح بالإمكان أن تتوجه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو جماعة صغيرة وليس إلى جماهير ضخمة كما في الوسائل التقليدية.

- اللا تزامنية[v]: أصبح بالإمكان إرسال واستقبال الرسائل الاتصالية في وقت مناسب للفرد المستخدم للإنترنت.

- رجع الصدى: أحدثت تقنيات الصحافة الإلكترونية تطوراً جوهرياً في ميدان الصحافة، حيث منحت عملية رجع الصدى (Feed Back) إمكانيات حقيقية للتفاعل بين الصحف والقراء، وهذا التفاعل قد يكون مباشراً في بعض الأحيان ويتيح للزائر إمكانية التحاور مباشرة مع مصممي المواقع وعرض آرائه من خلال الموقع وكذلك المشاركة في منتديات الحوار بين المستخدمين والمحادثة حول مواضيع يتناولها الموقع أو يطرحها زوار ومستخدمو الموقع[vi]، كما توفر تقنية الصحف الإلكترونية إمكانية الحصول على إحصاءات دقيقة ومؤشرات حول أعداد قراءها وزوارها ومرتاديها، الأمر الذي يسهم في معرفة الخط البياني لازدهار أو تقهقر النجاح الجماهيري للصحيفة.

الخصائص الاتصالية للصحف الإلكترونية:



تتنوّع الخصائص التي تتسم بها الصحافة الإلكترونية لتكون بمثابة المعالم المميزة للنشر على شبكة الإنترنت، ولذلك فإن نجاح الإصدارات الصحفية على شبكة الإنترنت يقتضي فهم هذه الخصائص والعمل على الإفادة الوظيفية منها لتقديم نمط اتصالي جديد يتناسب مع الطبيعة الحديثة للنشر الإلكتروني.

وتتمثل أهم الخصائص الاتصالية للصحافة الإلكترونية فيما يلي(vii):

- الاتصال التفاعلي Interactivity.
- العمق المعرفي.
- الفورية.
- التحديث المستمر للمضمون المقدم.
- تعدّد خيارات التصفح.
- سهولة التعرض.
- النشر على نطاق واسع.
- القدرة على الربط بين العناصر المتعددة داخل هيكل المعلومات.
- استخدام الوسائط المتعددة.

- الأرشيف الإلكتروني الفوري.
- التفتيت أو اللاجماهيرية.
- القابلية للتحويل.
- التمكين.
- الخدمات المضافة والقائمة على السرعة.
- الشخصنة.
- الحدود المفتوحة.
- التشبيك.
- قياس سريع لرجع الصدى.
- إعادة إنتاج المادة.
- إمكانية التعديل والتصحيح.
- تنوّع أشكال العرض.
- التكلفة القليلة.
- معرفة عدد القرّاء والزوّار.

سمات الصحافة الإلكترونية العربية وفق نتائج الدراسات:

- ليس هناك رؤية موحدة لدى الصحف الإلكترونية العربية من الإفادة من تقنية الوسائط المتعددة، فقد تذبذبت هذه الرؤية بين الإفادة العلمية من التقنية في الصحف الإلكترونية الأمريكية والاجتهاد الخاطئ في الصحف العربية لأسباب تقنية وفنية وإدارية[viii].

- لم تحاول الصحف الإلكترونية العربية استغلال إمكانيات الهيبرتكست عند تقديم المادة التحريرية فيها، الأمر الذي يفقد النص الإلكتروني الذي تقدمه أحد أهم مقوماته وهو اعتماده على قاعدة معلومات تسمح للمتصفح بالتعمّق في النص، وفقاً لنوعية المضمون الذي تركّز عليه، سواء بأسماء البلاد أو الشخصيات الشهيرة أو الوزارات والهيئات المختلفة بما يتيح للنص الذي يحرره الصحفي أن تظهر فيه عبارات قابلة للنقر Clicking كلما تعرف الكومبيوتر على أحد المصطلحات التي تم تخزينها في أرشيف الصحيفة[ix].

- عدم السعي إلى ربط مواقع الصحف الإلكترونية بمواقع أخرى رغم إمكانية إقامة وصلات تتيح التجول داخل مواقع أخرى مثل مواقع الوزارات والهيئات الحكومية والجامعات ومواقع دار الإفتاء ومواقع المؤسسات والشركات والفنادق والمستشفيات التي تمتلك بالفعل مواقع على الإنترنت[x].

- اختارت معظم الصحف الإلكترونية العربية الاكتفاء بتحديث نسختها الإلكترونية بعد مرور 12 ساعة من صدور النسخة المطبوعة، أو كل 24 ساعة، الأمر الذي يجعل المتصفّح العربي يتجه نحو المواقع العالمية التي تقوم بتحديث مادتها كل عشر دقائق، الأمر الذي يفقد الصحف الإلكترونية جانباً مهماً من جوانب الخدمة المتميزة التي تستطيع أن تقدمها للقارئ وهي سرعة تغطية الخبر فور وقوعه[xi].

- إنّ السّمة الأساسيّة التي تميّز الصحافة الإلكترونيّة عن الصحافة التقليديّة، هي إتاحة عنصر التفاعل بمختلف صوره، سواء أكان ذلك مع المضمون، أو القائم بالاتصال أو بين الجمهور بعضه والبعض الآخر، إلا أن الصحافة الإلكترونية العربية عموماً لم تهتم بهذا العنصر على النحو الذي يتماشى مع أبرز خصائص هذا النوع من الصحافة الجديدة[xii].

العناصر البنائية في الصحافة الإلكترونية:

يقصد بالعناصر البنائية "مجموعة العناصر التي تتكون منها الصحيفة على الإنترنت"، وقد اختلفت تقسيماتها وفق الباحثين، فقد قسمتها نوال الصفتي (2000) إلى[xiii]:

- عناصر بنائية تقليدية: والتي تستخدمها أيضاً الصحافة الورقية وتشمل (المتن، الصور، الرسوم، العناوين، الألوان).
- عناصر بنائية إلكترونية: والتي نجمت عن مزج وسائل الاتصال الحديثة بعضها بالبعض الآخر وأدت إلى ظهور أنماط تفاعلية تساعد القارئ على الفهم والاستيعاب مع أقل مجهود، وتشمل: (النص الفائق Hypertext، الرسوم المتحركة Animation، الوسائل السمعية البصرية Audio Visual المتمثلة في الصوت Sound والفيديو Video والمعروفة باسم الوسائط المتعددة.

وفي تصنيف أكثر تفصيلاً:

- العناصر البنائية الأساسية: هي العناصر التي تستخدمها الصحف الإلكترونية في تقديم موادها إلى المتصفح وتشمل:
    - الوسائط المتعددة Multimedia (نقاط التقاء الملتقيات، الأيقونات، الوصلات، الروابط، الممرات).
    - الوسائط الفائقة Hypermedia (الصوت، لقطات الفيديو، الرسوم المتحركة)، والنص الفائق الـ Hypertext الذي أضاف للصحيفة الإلكترونية اللا محدودية في المساحة واللا محدودية في مسارات المتصفح.
    - العناصر التقليدية (النصوص، الصور الثابتة).
- العناصر البنائية المساعدة: تستخدمها الصحف الإلكترونية من أجل تدعيم العناصر السابقة وهي (الألوان والحدود والفواصل).

- العناصر البنائية التفاعلية: تتميز هذه العناصر بتفاعلية المتصفح معها، أو بين المتصفحين مع بعضهم البعض، أو بين المتصفحين والعاملين في الصحيفة، وتتم العلاقة التفاعلية من خلال استخدام البريد الإلكتروني.

التحدّيات التي تواجه الصحف الإلكترونية:

رغم كل الميزات التي تتمتع بها الصحف الإلكترونية إلا أنها تواجه عوائق عديدة تحول دون كونها بديلاً نهائياً عن الصحافة المطبوعة أهمها:



- لا يمكن قراءة الصحف الإلكترونية أثناء السفر.
- يتطلب الدخول على الإنترنت دفع المال.
- الكثير من الروابط قد تشوش المتصفح عوضاً عن مساعدته.
- الكثير من الصحف الإلكترونية تقدم فقط مختارات من المواد المنشورة في النسخة المطبوعة.
- تستغرق الصحف الإلكترونية أحياناً وقتاً طويلاً لتحميلها، فضلاً عن المشكلات التقنية التي تصادف المتصفح[xiv].
- البحث عن معلومات في الصحف الإلكترونية قد يعرّض المتصفح للخطر فحين يقوم بتحميل النصوص القصيرة على القرص الصلب لجهاز الكومبيوتر يمكن أن يتسبب للجهاز بالأذى.
- هناك اختلاف في نوعية الأخبار التي يطلبها المتصفحون من الصحف الإلكترونية، ففي حين يرغب البعض أن يعمل الصحفيون على نشر خلفيات الأخبار والإضاءة على المصادر المتعددة لها بعيداً

عن التغطية التقليدية ومن دون تدخل أو تفسير ليبني المتصفح بعد ذلك استنتاجاته، يرغب آخرون بالأخبار المختصرة والسريعة[xv].

- فرضت الصحافة الإلكترونية واقعاً مهنياً جديداً فيما يتعلق بالصحفيين وإمكانياتهم وشروط عملهم، فقد أصبح المطلوب من الصحفي المعاصر أن يكون ملما بالإمكانيات التقنية وشروط الكتابة للإنترنت، وأن يضع في اعتباره عالمية هذه الوسيلة وسعة انتشارها التي تفرض اعتبارات تتجاوز المهني إلى الأخلاقي في تحديد المضامين وطريقة عرضها.

- الافتقار إلى أشخاص لديهم مهارات خاصة بالصحافة الإلكترونية قد بات واقعاً فرضته سرعة انتشار هذه الصحافة التي لم تتمكن من مواكبة هذه السرعة فيما يتعلق بإعداد كادر مؤهل للعمل فيها والكتابة لها بطريقة متكاملة.

- برغم قلة التكاليف فإن الصحافة الإلكترونية تواجه كأي مشروع آخر مشاكل التمويل فضلاً عن متطلبات الربح، فهي لا تباع كالصحف التقليدية، كما أن دائرة المنافسة بينها في اتساع مستمر، لذلك لجأت هذه الصحف إلى الحصول على التمويل من الإعلان المتكرر على كل صفحة في الصحيفة الإلكترونية المسمى بإعلان اليافطة (Banner) ليصبح مصدر الدخل الرئيسي لها[xvi].

- إنّ قراءة جريدة إلكترونية عملية صعبة ومتعبة وتستغرق مزيداً من الوقت، كما أن الملائمة والحرية البصرية والشعور بالأولويات كخبرة شخصية لم يعد موجوداً، وفق انتقاد جون كاتز Jon Katz)[xvii].

- إن إحدى المشكلات التي تعوق نظم النص الفائق الحالية هي أن القرّاء يضلّون طريقهم، فهم يقومون بقفزات عديدة بعيداً عن النص الأصلي الذي بدؤوا بقراءته ولا يستطيعون أن يجدوا طريقهم عائدين إليه مرة أخرى وفق انتقاد ماك آدامز Mc Adams بعد تحليلها لبناء صفحات الويب[xviii].

- يشكّك البعض في وهم التفاعل، حيث يرون أن قراءة تلك الصحف لا تتيح فرصة للتفحص والمراجعة في أثناء التصفح، علاوة على فقدان القارئ لوظيفة قراءة الصورة وتعليقها والعنوان والنص وما بين السطور، وهي المهمة التي تلاءم الصحف المطبوعة التي تتيح للقارئ حرية بصرية وشعورا بالتفرد[xix].

واقع الصحافة الإلكترونية العربية:



الصعوبات التي تواجه الصحف الإلكترونية العربية:

تعاني الصحف الإلكترونية العربية من مجموعة من الصعوبات التي تقف عائقاً أمام تحقيق وظائفها كصحف إلكترونية متكاملة، ومن أبرز تلك الصعوبات:

- معظم الصحف الإلكترونية العربية هي في الواقع نسخ إلكترونية لصحف ورقية، وليست صحفاً إلكترونية فاعلة وفق المعايير المهنية التي تشمل:
  - الفورية.
  - مستوى تحديث المضمون اليومي.
  - سهولة الإبحار.
  - درجة التفاعلية.

فالصحف الإلكترونية العربية مع بعض الاستثناءات لازالت في المراحل الأولى من هذه الصناعة، وهي المرحلة التي تقوم فيها الصحف الإلكترونية بنشر معظم أو جزء من محتوى الصحيفة الورقية (الأم) بينما الصحف الإلكترونية الغربية تبحر في فضاءات متقدمة تتجاوز مرحلة النسخ إلى مرحلة إنتاج المواد ونشرها وفق الخصائص الفنية والتقنية وإنتاج محتوى خاص بالصحيفة الإلكترونية واستثمار خصائصها.

- هيمنة التقنيين وليس الصحفيين على إدارة الصحف الإلكترونية العربية من تحرير وتصميم وإدارة وإشراف، وهو ما يتعارض وأسس الصحافة الإلكترونية، فمسؤولية إدارة الصحف الإلكترونية أولاً مسؤولية تنفيذ (مهام إعلامية تحريرية وليست تقنية)[xx].

- عدم استخدام إمكانيات الوسائط المتعددة بالدرجة الكافية أو الطريقة المناسبة، فلم تحاول أي من الصحف الإلكترونية العربية إضافة الصوت أو المشاهد الحية التي تعكس الأحداث الجارية لتضيف بعداً جديداً للمادة التحريرية التي تقدمها.

- لم تحاول الصحف الإلكترونية العربية استغلال إمكانيات (الهيبرتكست) عند تقديم المادة التحريرية، الأمر الذي يفقد النص الإلكتروني الذي تقدمه أحد أهم مقوماته وهو اعتماده على قاعدة معلومات تسمح للقارئ بالتعمق في النص الذي يقرؤه، ما يستوجب أن يكون لكل جريدة إلكترونية قاعدة معلومات وفقاً لنوعية المضمون الذي تركز عليه سواء لأسماء البلاد أو الشخصيات الشهيرة أو الوزارات أو الهيئات المختلفة، ما يتيح للنص الإلكتروني أن يتضمن عبارات قابلة للنقر كلما تعرف الكومبيوتر على أحد المصطلحات التي يخزنها أرشيف الجريدة.

- عدم السعي إلى ربط مواقع الصحف الإلكترونية العربية بمواقع أخرى مختلفة ومتنوعة ومفيدة، على الرغم من إمكانية إقامة وصلات تتيح التجول داخل مواقع العديد من المؤسسات والشركات والفنادق التي تمتلك بالفعل مواقع على الإنترنت.

- عدم استغلال الإمكانات الإعلانية للصحف الإلكترونية فهي لم تشهد إقبالاً من المعلنين برغم إمكانية استغلال مواقع هذه الصحف لإتاحة الفرصة لتصفح الإنترنت والوصول إلى مواقع العديد من الشركات الصناعية والتجارية، بحيث يكون موقع الجريدة هو الممر الذي يسلكه الراغب في التعرف على معلومات عن مختلف المنتجات المتاحة مثل:

  - أحدث المنتجات.
  - برامج عروض السينما والمسرح والفعاليات الفنية والثقافية المختلفة.
  - مواعيد انطلاق ووصول وسائط الحركة الجوية والبرية والبحرية.
  - أسعار العملات.
  - البورصة.
  - أسعار الفنادق.

- الأماكن السياحية وغيرها.
- الإسعاف والطوارئ والنجدة والمستشفيات والصيدليات المناوبة وغيرها.

- اختارت معظم الصحف الإلكترونية العربية أن تكتفي بتحديث نسختها الإلكترونية بعد مرور 12 ساعة على صدور النسخة المطبوعة، برغم أن هذا الأمر سيدفع المتصفح العربي الذي يبحث عن تفاصيل أي حدث للاتجاه نحو المواقع الإلكترونية التي تقوم بتحديث مادتها كل 10 دقائق، وبالتالي تفقد الصحف الإلكترونية العربية جانباً مهماً من جوانب الخدمة المتميزة التي تستطيع تقديمها للمتصفح العربي وهي سرعة تغطية الحدث فور وقوعه[(xxi)].

مقارنة بين الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية:

نظر في البداية إلى خدمة الصحافة الإلكترونية بوصفها (مكملة) لما تقدمه النسخة المطبوعة من الصحيفة،ثم أثير نقاش فكرة أن تكون الصحيفة الإلكترونية (بديلا) عن الصحيفة المطبوعة، ويكمن وراء طرح هذه الفكرة التفوق الذي أبدته المحطات التلفزيونية الإخبارية في تغطية الأحداث مثل قناة *CNN* إضافة إلى عدم نجاح الصحف المطبوعة في اجتذاب صغار السن، وارتفاع تكاليف الإنتاج الطباعي وأسعار الورق، وأشار بعض المهتمين أن المقارنة بين الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية مرفوضة من منطلق أن الصحافة الورقية صحافة بالمعنى العلمي والواقعي للكلمة، وأن الصحافة الإلكترونية مجرد وسيلة للنشر وجمع النصوص والمقالات والأخبار والصور، وبشكل آلي ومجرد من المشاعر والإبداع والفاعلية.

أما الطرف الآخر فيرى أن الصحافة الإلكترونية مكملة لدور الصحافة الورقية والمطبوعة وليس هناك صراع بينهما.

الصحافة الإلكترونية	الصحافة الورقية
الحرية الكاملة للكاتب والمتصفح	تحقيق سياسة الصحيفة من خلال تعديل المقالات والأخبار
السرعة في تلقي الأخبار العاجلة تصل لحد الفورية	استحالة تحقيق الفورية في إيصال الخبر
سرعة تداول البيانات	لابد من الانتظار 24 ساعة لوقت الصدور
حدوث تفاعل مباشر بين القارئ والكاتب	رجع الصدى محدود ومكبل بسياسة الصحيفة
التكاليف المالية معقولة	ارتفاع تكاليف الورق الذي يكبدها مشقة مالية يومية
لا تحتاج لترخيص وإجراءات إدارية معقدة وصعبة	تحتاج لترخيص وإجراءات إدارية معقدة وصعبة
لا تحتاج لمقر للعاملين والإداريين والمحررين	تحتاج لمقر للعاملين والإداريين والمحررين

إن التحدي المستقبلي الحقيقي يكمن في تكامل مؤسسات الإعلام مع السياق الجماهيري ومزجها مع ثقافة جديدة من التفاعل الحر[xxii]، وهو ما ينطبق على الصحافة الإلكترونية كنموذج للاتصال التفاعلي مع وسائل الاتصال الجماهيرية من خلال الإنترنت.

الخلاصة

مرّ مفهوم الصحافة الإلكترونية بدءاً من نشأتها بعدّة مراحل هي: المرحلة الصفوية، والمرحلة التخصصية، والمرحلة الجماهيرية، مروراً بفئاتها وهي: النسخ الإلكترونية والمواقع الإخبارية، والصحف On–Line Newspaper، ولها عدّة سمات ومميزات وخصائص اتصالية.

للصحافة الإلكترونية العربية عدّة سمات وفق ما جاءت به دراسات علمية درست واقع هذه الصحافة بعيداً عن التنظير بغية توضيح الواقع الفعلي للتطبيقات الصحفية الإلكترونية.

هناك عدد من العناصر البنائية في الصحافة الإلكترونية هي: عناصر بنائية تقليدية، وعناصر بنائية إلكترونية، والعناصر البنائية الأساسية، والوسائط المتعددة، والوسائط الفائقة، والعناصر التقليدية (النصوص، الصور الثابتة)، والعناصر البنائية المساعدة، والعناصر البنائية التفاعلية.

كما أنّ هناك مجموعة من التحديات التي تواجه الصحف الإلكترونية من واقع هذه الصحافة، وأيضاً عدة نقاط لمقارنة الفروقات بين الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية.

التمارين

1- اختر الإجابة الصحيحة: تحكم مجتمع المعلومات خمسة معايير أساسية أولها وأهمها:

A- المعيار التكنولوجي.

B- المعيار الاجتماعي.

C- المعيار الاقتصادي.

D- المعيار السياسي.

الإجابة الصحيحة: المعيار التكنولوجي

2- اختر صح أو خطأ: تعرّف الصحافة الإلكترونية بأنها: "منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة ويتم قراءتها من خلال جهاز كومبيوتر عبر شبكة الإنترنت".

A- صح.

B- خطأ.

الإجابة الصحيحة: صح

3- اختر صح أو خطأ: بدأت الصحافة الأمريكية عهد النشر الإلكتروني عام 1994 عندما دشنت صحيفة (واشنطن بوست) مشروع (الحبر الرقمي).

A- صح.

B- خطأ.

الإجابة الصحيحة: صح

4- اختر الإجابة الصحيحة: أسّست عشرات الصحف لنفسها مواقع على شبكة الإنترنت وشجعها على إصدار نسخ إلكترونية من طبعتها الورقية:

A- انتشار الانترنت.

B- رخص التكلفة.

C- سهولة الاستخدام.

D- كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة: كلها صحيحة

5- اختر صح أو خطأ: تنتمي (الألوان والحدود والفواصل) إلى العناصر البنائية الأساسية.

A- صح.

B- خطأ.

الإجابة الصحيحة: صح

6- اختر الإجابة الصحيحة: يمكن اعتبارها من الخصائص الاتصالية للصحافة الإلكترونية:

A- العمق المعرفي.

B- الفورية.

C- التحديث المستمر.

D-الاتصال التفاعلي.

E- كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة: كلها صحيحة

المراجع:

1) المخلافي، فيصل، "المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات"، المكتب الجامعي الحديث، اليمن، 2005.

2) العبد، نهى عاطف، "صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي"، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007.

3) محسب، حلمي محمود محمد أحمد، "إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت دراسة تطبيقية مقارنة بين الصحف المصرية والأمريكية"، دار العلوم للنشر والتوزيع، قنا، جمهورية مصر العربية، 2007.

4) فهمي، نجوى عبد السلام، "تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية الواقع وآفاق المستقبل"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1998.

5) الشامي، عبد الرحمن محمد سعيد، "دور الصحافة الإلكترونية اليمنية في تدعيم حرية التعبير"، *2006. في: www.almotamar.net/news*

6) الصفتي، نوال، "مفهوم الصحافة الدولية وبنيتها على الإنترنت، دراسة وصفية تحليلية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2000.

7) *26*- Jmc.indiana.edu.

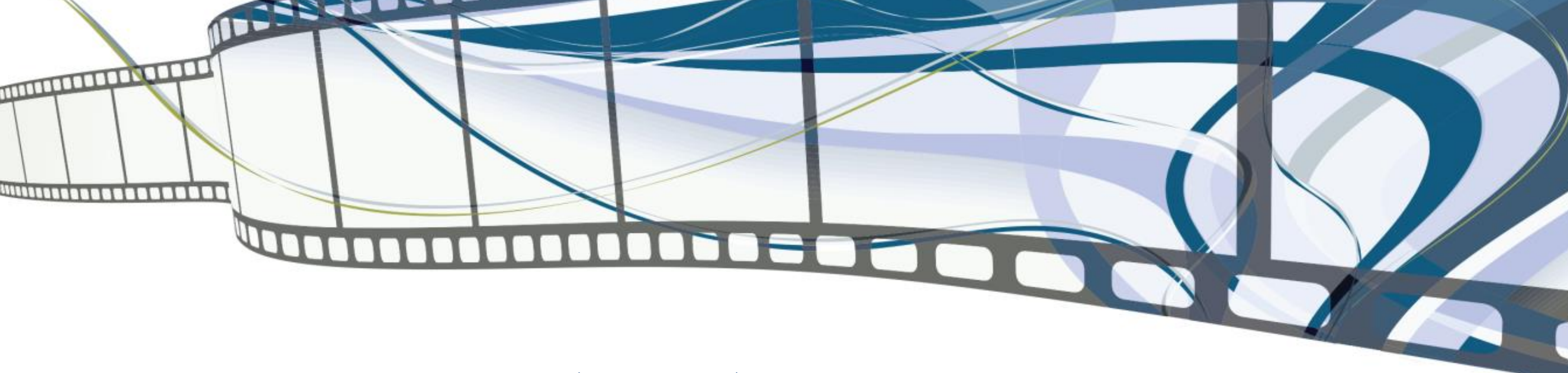
i. Department of Journalism, "Online The Future of Newspapers?" Catholic University of Eichstatt.

8) Faculty. Colostate-Pueblo.edu.

9) Cooper Patricia, (December 9mm, 1998), Previous Reference.

10) الفرم، خالد، "الصحافة الإلكترونية العربية أزمة صناعة أم ثقافة"، 2007. في: www.Okaz.com

11) جنيد، حنان، "تكنولوجيا الاتصال التفاعلي (الإنترنت) وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كل**ية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003.**



الوحدة التعليمية السادسة

تأثير النشر الالكتروني

على معالجة النصوص

الاهداف التعليمية:

- بعد نهاية هذه الوحدة التعليمية ينبغي على الطالب ان يتقن:

1. امتلاك خلفية معرفية جيدة عن **مفهوم النشر الإلكتروني**
2. إدراك **الفروق بين النشر الالكتروني والنشر التقليدي**
3. التمكن من تحديد **أهداف النشر الإلكتروني**
4. الإطلاع على **خصائص ومزايا النشر الإلكتروني**
5. **تعميق المعرفة حول** النشر الإلكتروني ومعالجة النص
6. **امتلاك خلفية معرفية جيدة حول** أدوات النشر الإلكتروني
7. **إدراك** متطلبات النجاح والاستمرار في النشر الإلكتروني
8. **امتلاك خلفية معرفية جيدة عن** الكتاب الإلكتروني

الكلمات المفتاحية

مفهوم النشر الالكتروني أهداف النشر الالكتروني الفروق بين النشر الالكتروني والنشر التقليدي، خصائص ومزايا النشر الإلكتروني (السرعة في الانجاز التفاعلية، اللاتزامنية، اللاجماهيرية، كسر احتكار المعلومة، انفجار النشر وإمكانية النشر الذاتي، الحفاظ على البيئة، التشابك مع الفنون السمعية والبصرية، التحرير المفتوح والدائم مع سهولة التعديل والتنقيح، الإحصائيات المعلنة والمتجددة)، النشر الإلكتروني ومعالجة النص، مدخلات التص وتطويعه، مدخلات الرسوم وتطويعها، عملية التصميم، المخرجات والبث وعملية النشر، أدوات النشر الإلكتروني (النشر الإلكتروني بلغة *HTML* ، النشر الإلكتروني بلغة *Post Script*، النشر الإلكتروني بطريقة *Acrobat PDF* ، النشر الإلكتروني بلغة *XML*)، متطلبات النجاح والاستمرار في النشر الالكتروني الكتاب الالكتروني مميزات الكتاب الالكتروني مراحل إنتاج وإصدار الكتاب الإلكتروني، طرق تسويق الكتاب الإلكتروني، الصعوبات التي تواجه انتشار الكتاب الإلكتروني.

أولا – مفهوم النشر الإلكتروني: *Electronic Publishing*

أصبح مفهوم النشر الإلكتروني يرتبط بفكرة ما يسمى بالنظام اللاورقي، حيث يستعاض عن الورق في جميع مراحل وأنشطة تداول المعلومات، بأشكال بديلة تعتمد على التقنيات المعاصرة، وقد بدأت هذه الفكرة تحظى بالاهتمام منذ منتصف السبعينيات من القرن الماضي وساعد على ترسيخها توافر المقومات التقنية الأساسية اللازمة لتنفيذها وبالأخص[i]:



- **الحاسبات الالكترونية.**
- **شبكات الاتصال بعيدة المدى.**
- **الاسترجاع على الخط المباشر.**
- **التوسع في استخدام الوسائط اللاورقية من الأفلام والأقراص وغيرها.**

وبناء على ما سبق يمكن تعريف النشر الإلكتروني **بأنه:**

"استخدام الأجهزة الإلكترونية في مختلف مجالات الإنتاج والإدارة والتوزيع للبيانات والمعلومات وتسخيرها للمستفيدين، وهو يماثل النشر بالوسائل التقليدية فيما عدا أن ما ينشر من معلومات لا يتم إخراجها ورقيا بل يتم توزيعها على وسائط إلكترونية كالأقراص المرنة أو المدمجة، أو من خلال الشبكات الإلكترونية كالانترنت"[ii].

ثانياً – أهداف النشر الإلكتروني:

1. **تسريع عمليات البحث العلمي في ظل السباق التكنولوجي.**
2. **توفير النشر التجاري الأكاديمي.**
3. **وضع الإنتاج الفكري لبعض الدول على شكل (أوعية إلكترونية).**
4. **تعميق فرص التجارة الإلكترونية.**

ثالثاً – الفروق بين النشر الالكتروني والنشر التقليدي:

النشر الإلكتروني	النشر التقليدي
إمكانية تجميع النص بأشكال متعددة صوتية، نصية، صورية	**صعوبة ذلك واستحالة تنفيذه في الشكل الصوتي.**
إمكانية الإنتاج السريع والعالي لكم كبير من الوثائق الإلكترونية	**الحاجة إلى وقت طويل للإنجاز**
احتفاظ النص الأصلي بجودته، مع إمكانية إدخال تحسين وتعديل عليه	**عدم القدرة على الحذف والإضافة لما تسببه من تشويه للمظهر**
إمكانية التوزيع السريع للنص وفي أي مكان	---
إمكانية التعديل والتجديد يطرح مشكلة في درجة الضبط والثقة	**عدم القدرة على استخدام البيانات والتعديل فيها يعطي الوثيقة ثقة تامة وضبط، حيث تضمن سلامتها من العبث**
صعوبة تحديد وتطبيق الحقوق الفكرية وتطبيق القوانين الإبداعية	**ضمان كامل الحقوق الإبداعية وحقوق المؤلف**
نظام تفاعلي بين الناشر والقارئ بصورة مباشرة	**إعداد بدون تواصل مباشر**

رابعاً – خصائص ومزايا النشر الإلكتروني:

يشكل النشر الإلكتروني أحد أهم ما أضافته شبكة الانترنت إلى عصرنا الحديث، وأهم خصائصه:



1. السرعة في الإنجاز **مع ضمان الجودة والكفاءة العالية وبأقل جهد.**

2. التفاعلية ***Interactivity*:**

حيث يؤثر المشاركون في عملية النشر الإلكتروني على أدوار الآخرين وأفكارهم ويتبادلون معهم المعلومات، وهو ما يطلق عليه الممارسة الاتصالية والمعلوماتية المتبادلة أو التفاعلية، فمن خلال منصات النشر الإلكتروني ظهر نوع جديد من منتديات الاتصال والحوار الثقافي المتكامل والمتفاعل عن بعد، جعل المتلقي متفاعلا مع وسائل الاتصال تفاعلا إيجابيا[iii].

3. اللاتزامنية ***Asynchronization*** :

إذ يمكن عن طريق النشر الإلكتروني القيام بالنشاط الاتصالي في الوقت المناسب للفرد دون ارتباط بالأفراد الآخرين أو الجماعات الأخرى.

4. اللاجماهيرية ***Demassification*** :

حيث يمكن توجيه النشر الإلكتروني إلى فرد واحد أو مجموعة معينة من الأفراد أو الجماعات.

5. كسر احتكار المعلومة، وسهولة البحث عن المعلومات عن أي موضوع.

6. انفجار النشر وإمكانية النشر الذاتي:

حيث أصبح بإمكان أي شخص نشر إنتاجه مباشرة من موقعه على شبكة الأنترنت.

7. الحفاظ على البيئة:

حيث يقلل النشر الإلكتروني من استخدام الورق وهذا يعني الحفاظ على الأشجار الثمينة التي تقطع وتتحول إلى أوراق، وهذا الأمر يعد بالغ الأهمية في ظل تدهور أوضاع المناخ العالمي وتضخم مشكلاته بشكل خرج عن السيطرة.

8. التشابك مع الفنون السمعية والبصرية:

وتعد هذه الميزة الكبرى للنشر الإلكتروني من حيث القدرة على صياغة المعلومات بأشكال جديدة مع سهولة الوصول إليها، فبدل النظر إلى صورة حيوان في كتاب أصبح بالإمكان رؤية لقطة سمعية – بصرية يصاحبها تعليقا مسموعا غنيا بالمعلومات، فالورق المطبوع لا يمكن أن يمنح إحساس الواقعية أو يقدم نطاقا واسعا من المعلومات للمستخدم، ذلك لأنه لا يوجد ما يعادل الخبرة السمعية البصرية النصية المزودة بالرسوم والخرائط[iv].

9. التحرير المفتوح والدائم مع سهولة التعديل والتنقيح:

من تعديل وحذف وإضافة وتدقيق، فلم تعد المادة المنشورة تغلق لحظة نشرها، ولم يعد التعديل ينتظر عددا لاحقا للتنويه عن خطأ سابق.

10. الإحصائيات المعلنة والمتجددة:

إن النشر الإلكتروني أتاح للناشر ولأي متعامل مع الشبكة أن يرى الأرقام التي تعبر عن إقبال المتصفح على مقال بعينه أو كاتب أو صورة أو فيديو أو موقع ما.

خامساً – النشر الإلكتروني ومعالجة النص[٧]:

يعد النص أو (الوثيقة المكتوبة) أساس الإبداع الفكري والعلمي والثقافي منذ عصر التدوين وحتى اليوم، وسوف يستمر العقل البشري في التعامل مع الحروف والكلمات ما دام يمتلك القدرة على التفكير والتجريد على الرغم من أن الوسائل الإلكترونية دمجت مع النص أشكالا متعددة من المعلومات مثل الأصوات والصور والرسوم، وإذا كان إنشاء النص نشاطا إنسانيا إبداعيا بالضرورة فيجب أن يتلاءم التغيير في شكل النص وبنائه مع العمليات الإنسانية والاجتماعية المتصلة بتطوير النص إلكترونيا، وتتيح برامج الحاسوب الحديثة إمكانيات وطرق عديدة لإنشاء النصوص الإلكترونية من أشهرها *Microsoft Office Word*.

يمر النص بثلاثة جوانب من عمليات الملائمة والتعديل هي[vi]:

1. عملية التأليف والتحرير وتتكون من مرحلتين:

- مدخلات النص وتطويعه:

يعد إدخال النص عملية ضرورية في نظام النشر الإلكتروني، لكن هناك طرق عديدة لتحقيق ذلك:

- **لوحة المفاتيح *Keyboard*.**
- **قارئ الحروف البصري *Optical-character Reader*.**
- **إدخال بيانات رقمية من برنامج *Spread Sheet* .**

أما تحرير النص فهو يتضمن عمليات الإنشاء والحذف للحروف أو الكلمات أو السطور، وتحرير النص هو الوظيفة الأولية للحاسبات الآلية، حيث يجري إنشاء وتطويع المعلومات، وتطويع النص بنائيا، بمعنى تحقيق بناء النص أو هرميته (كرؤوس الموضوعات والرؤوس الفرعية)، كذلك البناء الخاص لبعض النصوص التي تتضمن الجداول والأشكال والقوائم.

- <u>مدخلات الرسوم وتطويعها:</u>

يمكن إدخال الرسوم في نظام النشر الإلكتروني باستخدام ماسح الصور لتحويل العمل الفني التقليدي كالإيضاحات والصور الفوتوغرافية إلى شكل رقمي يتم تطويعه بالآلات، كما تعتبر الأعمال الفنية التي يتم توليدها بالحاسب الآلي مثل برنامج رسم أو طلاء *Drawing or Painting* مصدرا آخر من الرسومات، كما يمكن إدخال صور الفيديو في النظام، لكن المهم هو تطويعها ومعالجتها حتى تأخذ الشكل والحجم المطلوبين.

2.<u>عملية التصميم:</u>

وتشمل عمليات عديدة أهمها عملية التجميع أو تشكيل الوثيقة *Formatting*، وعملية توليد الكشافات وقوائم المحتويات والهوامش والترقيم، ويتم تنفيذها عبر برامج حاسوبية مخصصة لتنفيذ هذه العمليات وفق رغبة المحرر.

3.<u>المخرجات والبث وعملية النشر:</u>

لابد هنا من القيام بالخطوات التالية:

- **فرز المواد للوصول إلى درجة إتقان عالية.**
- **اختزان المواد المفروزة.**
- **التجميع.**
- **عمل المسودات باستخدام مخرجات طابعات الليزر.**

سادساً – أدوات النشر الإلكتروني:

تعتمد نظم النشر الإلكتروني على التقنية الرقمية التي توفر القدرة على نقل ومعالجة النصوص والصوت والصورة معا بمعدلات عالية من السرعة والمرونة والكفاءة[vii]، وهناك عدد من الأدوات المستخدمة في مجال النشر الإلكتروني على شبكة الانترنت منها البرمجيات التي تستخدم لوصف عرض النصوص والرسوم والوسائط الإعلامية وقراءة صفحات الويب، وتعريف البيانات في المستندات ومنها الملفات التي تم تطويرها لتسهيل طباعة النصوص والرسوم، وأيضا تلك التي تهدف إلى نشر وتبادل المعلومات المقروءة إلكترونيا ومنها[viii]:

- **النشر الإلكتروني بلغة *HTML***
- **النشر الإلكتروني بلغة *Post Script***
- **النشر الإلكتروني بطريقة *Acrobat PDF***
- **النشر الإلكتروني بلغة *XML*[*]**

سابعا – متطلبات النجاح والاستمرار في النشر الإلكتروني:

تطورت عملية النشر عبر تاريخها الطويل لتقدم شكلا من ضبط النوعية، وتحتاج هذه العملية للاستمرار الناجح إلى(ix):

1. الاستمرار في مجال نشر قواعد البيانات.
2. تطبيق معايير النشر الحديثة بواسطة المؤلفين خلال إعداد وثائقهم وكتابة نصوصهم.
3. إتباع المراجعين والمدققين المعايير اللازمة لتغيير النص وإضافة التعليقات.
4. اعتماد الناشرين على التطبيق السليم للمعايير أثناء معالجة المقالات وتجميع الوثائق.

ثامناً- الكتاب الإلكتروني:

أ- مفهوم الكتاب الإلكتروني:

يعتبر مصطلح "الكتاب الإلكتروني" *E-Book* مصطلحا جديدا حيث يستخدم لوصف نص مناظر أو مشابه للكتاب الورقي المطبوع التقليدي، لكنه بشكل رقمي *Digital* ليعرض ويقرأ من على شاشة الكومبيوتر، ويمكن للأقراص المدمجة *CDROM* أن تختزن كميات هائلة من البيانات في شكل نصوص، صور رقمية، رسوم متحركة، تتابعات مرئية، كلمات منطوقة، موسيقى وغيرها من الأصوات لتكميل هذا النص[x].

كما يعرّف الكتاب الإلكتروني بأنه: **(وسيط رقمي مكافئ لمحتوى كتاب، ورقي مطبوع تجري قراءته على جهاز رقمي خاص أو على حاسوب شخصي أو على جهاز محمول).**

لكن المشكلة في هذا التعريف أنه يحد من إمكانات الكتاب الإلكتروني بجعله مجرد نسخة إلكترونية من كتاب ورقي، مع أن **الكتاب الإلكتروني يتفوق على الكتاب الورقي بإمكان احتوائه على تسجيلات صوتية ومواد تفاعلية وأفلام، وكذلك الربط المباشر مع الإنترنت.**

وما يجمع بين الكتابين الإلكتروني والورقي هو أنهما مادة إعلامية أو تعليمية ثابتة، وللقارئ حرية قراءتها وقتما يشاء وبالسرعة والطريقة اللتين يرغب فيهما (التتابع الذي يرغب فيه)، ويختلفان بهذا عن وسائل إعلامية أخرى كالسينما والتلفزيون والإنترنت.

ب- أسـباب انتشـار صناعة النشر الإلكتروني (الكتـاب الإلكتروني):

انتشرت الكتب الالكترونية بعد التقدم الكبير الذي حصل في مجال الطباعة وتخرين المعلومات الكترونيا بواسطة الحواسيب، وبعد ظهور الانترنت أصبح شراء الكتب الالكترونية أمرا ملحوظا في مواقع التجارة على الشبكة العالمية.

وبالنسبة للأحجام فهي تتراوح ما بين بضعة مئات من الكيلو بايتات إلى أكثر من مئة ميغابايت في بعض الأحيان، ويأتي هنا عامل ملفات الميديا (صوت، صورة، وفيديو) ليزيد من احجام الكتب طرديا كلما زادت نسبتها فيه، وتعتبر ملفات pdf و chm هي أكثر الانساق التي تستعملها شركات النشر عند صناعة كتاب الكتروني.

أسباب الإنتشار:

1. التضخم الهائل في حجم المطبوعات الورقية.

2. ارتفاع التكلفة المادية للطباعة سواء من حيث العمالة أو الورق أو الحبر أو غير ذلك في دور النشر التقليدية.

3. ظهور قواعد المعلومات والأقراص المضغوطة وانتشار استخدامها.

4. انتشار استخدام الحاسب الآلي في المكتبات ومراكز المعلومات والقطاع الخاص والقطاع الشخصي.

5. انتشار استخدام الخط المباشر (on–line) في المكتبات، واسترجاع المعلومات من الحاسب الآلي المركزي عن طريق الموزع (server).

6. استخدام الحاسب الآلي في التضعيف الصوتي من قبل الناشرين.

7. ربط تكنولوجيا الحاسب الآلي وتقنيات الاتصالات المتعددة للوصول إلى المعلومات.

8. إنشاء وتطوير نظم المكتبات الإلكترونية.

9. يعد الكتاب الإلكتروني من التطورات الحديثة في نظم أجهزة معالجة النصوص، التي تمكن القارئ من الانتقال من فصل إلى آخر أو من موضوع إلى آخر أو من فقرة إلى آخري من خلال تحديد ما هو مطلوب بواسطة استخدام مؤشر الحاسب (mouse) ليتم بعدها الانتقال المباشر إلى الموضع المحدد.

ج– مميزات الكتاب الإلكتروني مقارنة بالكتاب التقليدي المطبوع:

1. الحفاظ على البيئة من خلال الحد من التلوث الناتج عن نفايات تصنيع الورق.

2. توفير الحيز المكاني.

3. إتاحة المعلومات السمعية لفاقدي البصر

4. تقليل الوقت والجهد المستخدم في عملية التزويد.

5. ضمان عدم نفاذ نسخ الكتاب من سوق النشر، فهي أنها متاحة دائما على الإنترنت ويستطيع الفرد الحصول عليها في أي وقت.

6. إتاحة الفرصة أمام المؤلف لنشر كتابه بنفسه إما بإرساله إلى الموقع الخاص بالناشر أو على موقعه الخاص.

7. الكتاب الإلكتروني أقل تكلفة على القارئ من الكتاب الورقي.

8. القدرة على تخطى الحواجز والموانع والحدود والتعقيدات التى يصادفها الكتاب الورقى.

9. التخلص من قيود الكمية للطبعات وعدم نفادها.

10. الكتاب الإلكتروني يتيح التفاعل المباشر بين الكاتب والقارىء .

11. توفير تكلفة الطباعة والتوزيع .

12. يمكن القراءة فى الظلام الضوء الخفيف إلا أنها تكون مزودة بوحدات إضاءة اضافية

13. يمكن تحويل النظام البصري الى النظام السمعي عند الإجهاد البصري.

- من حيث السهولة[xi]:

– **سهولة النشر.**

– **سهولة التحميل.**

– **سهولة التوزيع والنقل.**

– **سهولة وسرعة واقتصادية التحديث والتطوير والتغيير والتعديل في محتوى الكتاب.**

– **سهولة وإمكانية شراء فصول أو أبواب معينة فقط من الكتاب بدلا من شراء كامل الكتاب، سهولة البحث داخل الصفحات.**

- **سهولة تكبير النص حسب رغبة وقدرة القارئ، سهولة النسخ بدون جهد أو وقت.**

- من حيث الأثر التكنولوجي(xii):

1. **الطاقة التخزينية العالية للمعلومات، حيث تستخدم الأقراص المدمجة لنشر الأعمال الكبيرة مثل الموسوعات وغيرها، ما يؤدي إلى توفير في الحيز ويغني عن أرفف الكتب في المكتبات.**

2. **التكلفة المنخفضة نسبيا للاختزان والاسترجاع.**

3. **إمكانية نقل المعلومات وإرسال محتويات الكتاب فورا إلى أي مكان في العالم، عن طريق وسائل الاتصال عن بعد.**

4. **عدم استخدام الأحبار والأوراق والرصاص والكيماويات والتحميض للمصغرات الفيلمية.**

5. **إتاحة إمكانيات هائلة في البحث ومجالات واسعة عن عدة مصادر في وقت واحد، وزيادة التفاعل بين المتصفح والنظام باستخدام التكنولوجيا الجديدة سواء النص الفائق أو تكنولوجيا الوسائط المتعددة.**

6. **تقديم معلومات أكثر حداثة وأكثر سرعة مما تقدمه المطبوعات.**

7. **عدم تجمد الكتاب الإلكتروني في شكله الراهن وإمكانية ربطه والتعامل معه وفق خصائص (النص المتشعب)، الذي يتيح نقل قارئ الكتاب من سطور كتابه الإلكتروني إلى موقع معين على الانترنت(xiii).**

د- مراحل إنتاج وإصدار الكتاب الإلكتروني:

يمر إنتاج وإصدار الكتاب الإلكتروني بست مراحل أساسية، كل مرحلة تقود للأخرى وهي(xiv):

1. **مرحلة الدراسة والتحليل.**

2. **مرحلة التصميم.**

3. **مرحلة البرمجة.**

4. مرحلة التنفيذ.

5. مرحلة التوثيق.

6. مرحلة النسخ والطبع.

هـ- طرق تسويق الكتاب الإلكتروني:

يعتبر جمهور الكتاب الإلكتروني هم مجموع الأفراد الذين يملكون أجهزة كومبيوتر، ويحبون القراءة واقتناء الكتب، ويمكن لهؤلاء الحصول على الكتب الإلكترونية من خلال[xv]:

- مناقذ البيع المتخصصة.
- معارض الكتب.
- المؤتمرات والندوات المتخصصة.
- شبكات الانترنت.
- البريد الإلكتروني.

و- الصعوبات التي تواجه انتشار الكتاب الإلكتروني:

1- القراءة الإلكترونية مرهقة ومجهدة للعين ما يؤثر في انتشار الكتاب الإلكتروني على مستوى جماهيري.

2- قراءة الكتاب الإلكتروني تحتاج لأجهزة كومبيوتر وكهرباء وبرامج تشغيل وأجهزة، الأمر الذي لا يعد متوفرا على نطاق جماهيري، لاسيما في الدول ذات القدرة الشرائية المحدودة.

3- صعوبة السيطرة على حقوق النشر والملكية الفكرية للمؤلف.

4- تفضيل الكثيرين للكتاب المطبوع التقليدي.

5- الحاجة إلى تدريب قارئ الكتاب الإلكتروني.

ز- عيوب الكتب الإلكترونية:

1. ارتفاع أسعار القارئات وتعطلها وتقادمها نتيجة للتقدم السريع للتقنية.

2. قلة عدد العناوين المتاحة إلكترونيًا خصوصًا باللغة العربية.

3. ارتفاع أسعار الكتب الإلكترونية مقارنة بنظيرتها المطبوعة.

4. تواجه الكتب الإلكترونية مشكلات الحفظ والصيانة وعدم التوافق مع البرمجيات المختلفة.

5. إمكانية انتهاك حقوق الملكية الفكرية.

6. بسبب سهولة نسخ الكتاب الإلكتروني، فإنه من الصعب منع الاعتداء على حقوق نسخ الكتاب وتوزيعه، ومع ذلك فإن معظم الأجهزة والبرامج تقوم بتوفير نظام لإدارة الحقوق الرقمية لمنع النسخ غير الشرعي للكتاب، لكن هذه الأنظمة لها مشاكلها أيضاً، إذ إنها تقيد أحياناً حرية القارئ وحقه الطبيعي في قراءة الكتاب، فقد تشترط ألا تتم القراءة إلا على جهاز واحد، وهذا يعني ضياع حق القارئ بالقراءة بعد انقضاء العمر التشغيلي للجهاز.

7. بسبب التطور السريع لأنظمة التشغيل والبرامج والأجهزة، فقد تصبح الكتب القديمة غير قابلة للقراءة على الأجهزة والأنظمة الحديثة، إلا أن الشركات التقنية توفر عادة إمكان قراءة الكتب القديمة فى الاجهزة والبرامج الجديدة.

ح- أنواع الكتب الإلكترونية:

- **الكتب التي تقرأ على جهاز خاص**، وعادة ما تكون هذه الأجهزة خفيفة الوزن، يمكن حملها بسهولة، وتستطيع أن تستوعب عدداً كبيراً من الكتب، لكن مشكلتها أنها لا تقبل إلا تنسيقات خاصة من الكتب، والكتاب الذي يمكن أن يقرأ بأحد هذه الأجهزة لا يمكن أن يقرأ إلا في أحوال نادرة على جهاز من نوع آخر.
- **الكتب التي تقرأ على الأجهزة المحمولة**، مثل الموبايل والمساعدات الرقمية، وهناك عدة برامج كمبيوترية مخصصة لقراءة الكتب على الأجهزة المحمولة، وكل منها يقبل نوعاً

محدداً من الملفات (Acrobat Reader و Microsoft Reader و Palm Reader)، وتوفر هذه البرامج عادة تقنيات لوضوح ظهور الأحرف على شاشة الجهاز المحمول، وإمكان وضع تعليقات وإشارات على الصفحات، إضافة إلى البحث، إلا أن سهولة القراءة والتصفح محكومة بصغر حجم شاشة الجهاز المحمول.

- **قراءة الكتب على الحاسوب الشخصي،** إذ يتمتع الحاسب الشخصي بكبر حجم الشاشة وسهولة التفاعل، مما يجعله بيئة جيِّدة لقراءة الكتب الإلكترونية.

وتنقسم تقنيات الكتب الإلكترونية على الحاسوب الشخصي إلى أربع فئات:

أ- **محررات النصوص،** وتتدرج من البسيطة جداً (التنسيق النصي، برنامج المفكرة)، إلى المتوسطة التعقيد التي يمكن أن توضع بوساطتها تنسيقات خاصة للنصوص إضافة إلى الصور والألوان (تنسيق برنامج الدفتر)، إلى المتطورة جداً (برنامج وورد). والمشكلة الأساسية في هذه التنسيقات أنه يمكن تعديل النص بسهولة، ما يفقده مصداقيته ويعرِّضه للتخريب، كما أن هذه التنسيقات لا توفر ميزات التنقل السهل، إذ لا يوجد فيها فهرست، والبحث يقتصر على البحث النصي.

ب- **البرامج المخصصة لتبادل الوثائق،** وأشهرها برنامج Acrobat من شركة Adobe، وهو البرنامج الأكثر استخداماً على المستوى العالمي في مجال الكتب الإلكترونية.

ويتميَّز هذا البرنامج بجودة إظهار النصوص على الشاشة وصغر حجم ملفاته وميزات متقدمة في الطباعة، إلا أن المشكلة الكبيرة التي يعانيها هي أنه يظهر الكتاب على شكل صفحات منفصلة غير قابلة للتعديل، مماثلة بالشكل للصفحات الورقية. في حين أنه لا حاجة لذلك على شاشة الحاسوب، وهذا ما يؤدي إلى الحد من إمكان التصميم وصعوبة القراءة، لأنه إذا أراد القارئ تكبير حجم النص، أو تكبير صورة، فإنه بحاجة إلى تكبير كامل الصفحة، ما يعني أن جزءاً منها سيصبح خارج إطار العرض، وهذا ما يجعل التصفح منهكاً للغاية، إضافة إلى أن النسخة المجانية منه تفتقر إلى الميزات المطلوبة في قراءة الكتب الإلكترونية، مثل وضع التعليقات والعلامات.

ج- **تقنية HT ML**، أي تقنية صفحات الويب ذاتها، وتبدو فكرة نشر الكتب بهذه التقنية فكرة ذكية، لأنها مصممة خصيصاً للقراءة على شاشة الحاسوب، إلا أن مشكلتها مرتبطة بأن القراءة بوساطتها تجري ضمن برنامج متصفح الإنترنت (إنترنت إكسبلورر أو فايرفوكس)، وهذه البرامج لم تصمم لقراءة الكتب بسبب افتقارها إلى ميزات أساسية، مثل وجود فهرست والبحث في الكتاب ووضع تعليقات وعلامات.

د- **برامج تعتمد على تقنية صفحات الويب مضافاً إليها ميزات خاصة بالكتب**، مثل الفهرست والبحث ووضع التعليقات والعلامات وفتح أكثر من صفحة في الوقت ذاته... والمشكلة في هذه التقنيات أنها تفتقر إلى التقييس، إذ يوجد عدد كبير منها، والكتاب الذي يمكن قراءته بوساطة أحدها، لا تمكن قراءته بغيره، ولم يستطع أي من هذه البرامج فرض وجوده على الساحة التقنية، ومن هذه البرامج ذلك الذي طوَّرته شركة سورية مقرها اللاذقية هي شركة أرموي، وموقعها هو www.ourmawi.com

ط- أهمية اعتماد الكتاب الإلكتروني في البلاد العربية:

تأتي هذه الأهمية من انخفاض الكلفة، إذ تعاني سوق الكتب العربية مشكلة ارتفاع سعر الكتاب قياساً إلى متوسط دخل الفرد في البلاد العربية عموماً، وفي سورية خصوصاً. والجزء الأكبر من هذه الكلفة يصرف على الورق والطباعة (خصوصاً إذا كان الهدف إنتاج كتاب ملوَّن متميِّز)، والطباعة تقنية مستوردة لا يمكن التحكم بكلفتها، أما التكاليف الأخرى مثل حق المؤلف والناشر والموزع فهي تخضع لقانون العرض والطلب المحلي، لذلك فالاعتماد على الكتاب الإلكتروني يؤدي إلى توفير الكتب بسعر أقل ما يحقق انتشاراً أكبر يفيد القارئ والناشر معاً.

ويؤمن هذا الاعتماد توجهاً نحو جيل الشباب الذي لا يقرأ، بسبب إقبال الشباب عموماً على استخدام التقنيات الحديثة، مثل الموبايل والحاسوب والإنترنت والمحطات الفضائية للحصول على الثقافة.

ي- مستقبل الكتاب الإلكتروني:

توقعت مؤسسة آندرسون للاستشارات أنه في عام 2005 ميلادية ستبلغ مبيعات الكتب الإلكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية حوالي 10% من مجموع مبيعات الكتب، وسيكون ثلث مبيعات الكتب الإلكترونية مقتطعًا من مبيعات الكتب الإلكترونية.

وبناءً على ذلك فإن الكتب الورقية ستتعايش جنبًا إلى جنب الكتب الإلكترونية إلى فترة من الزمن خصوصًا في بعض الموضوعات الأدبية كالروايات والقصص. لكن المستقبل سيكون للكتاب الإلكتروني لأن النشر الإلكتروني سيكون أسهل ومتاحًا لشريحة أكبر من المؤلفين.

كما أن سلوكيات البحث عن المعلومات والعادات القرائية ستتغير أيضًا لدى شرائح المجتمع الأصغر سنًا الذين هم أكثر تعودًا واستخدامًا للحاسب والإنترنت. فالعبرة في الحصول على المعلومة التي نحتاجها في الوقت المناسب وليس في شكل الوعاء وهل هو ورقي أم إلكتروني.

ويضاف إلى ذلك أن المستقبل سيكون أيضاً للمكتبات الإلكترونية التي ستكسر الحواجز الزمنية والجغرافية وتوفر المعلومات لمن يحتاجها في أي مكان وفي أي وقت.

الخلاصة

تحت عنوان (تأثير النشر الالكتروني على معالجة النصوص)**، حاولنا تقديم المعلومات اللازمة التي تساعد الطالب على امتلاك خلفية معرفية جيدة عن** النشر الإلكتروني، مع عقد مقارنات مستمرة وشاملة لجعل الطالب قادرا على إدراك **الفروق بين النشر الالكتروني والنشر التقليدي.**

ثم عملنا على تقديم معلومات تفصيلية حول أهداف النشر الإلكتروني وخصائصه ومزاياه **مثل (السرعة في الانجاز التفاعلية، اللاتزامنية، اللاجماهيرية، كسر احتكار المعلومة، انفجار النشر وإمكانية النشر الذاتي، الحفاظ على البيئة، التشابك مع الفنون السمعية والبصرية، التحرير المفتوح والدائم مع سهولة التعديل والتنقيح، الإحصائيات المعلنة والمتجددة) بغية تعميق المعرفة حول** النشر الإلكتروني و طرق معالجة النص.

كما استعرضنا مجموعة أدوات (نظم هندسية) للنشر الإلكتروني **(النشر الإلكتروني بلغة *HTML*، النشر الإلكتروني بلغة *Post Script*، النشر الإلكتروني بطريقة *Acrobat PDF* ، النشر الإلكتروني بلغة *XML*)، بطريقة تمكن الطالب من إدراك وفهم الفروقات بينها ومزاياها، كما عرضنا للطالب مجموعة من العوامل التي تساهم في** النجاح والاستمرار في النشر الإلكتروني.

وأخيرا قدمنا معلومات كافية وتفصيلية تمكن الطالب من امتلاك خلفية معرفية جيدة عن الكتاب الإلكتروني، **مميزاته، مراحل إنتاجه، طرق تسويقه، الصعوبات التي تواجه انتشاره.**

تمارين

اختر الإجابة الصحيحة: من المقومات التقنية الأساسية اللازمة لتنفيذ النشر الإلكتروني:

A- الحاسبات الالكترونية.

B- شبكات الاتصال بعيدة المدى.

C- الاسترجاع على الخط المباشر.

D- التوسع في استخدام الوسائط اللاورقية.

E- كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة: E

اختر الإجابة الصحيحة: المرحلة الأولى من مراحل إنتاج وإصدار الكتاب الإلكتروني هي (مرحلة التصميم):

A. صح.

B. خطأ.

الإجابة الصحيحة: B

اختر الإجابة الصحيحة: أولى خصائص النشر الإلكتروني "السرعة في الإنجاز":

A. صح.

B. خطأ.

الإجابة الصحيحة: A

اختر الإجابة الصحيحة: يمكن الحصول على الكتب الإلكترونية من خلال:

A- البريد الإلكتروني.

B- معارض الكتب.

C- شبكات الانترنت.

D- المؤتمرات والندوات المتخصصة.

E- كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة E

اختر الإجابة الصحيحة: يرتبط مفهوم النشر الإلكتروني بفكرة (النظام اللاورقي):

A- صح.

B- خطأ.

الإجابة الصحيحة A

اختر الإجابة الصحيحة: يعد إدخال النص عملية ضرورية في نظام النشر الإلكتروني، ويتم ذلك عبر:

A- لوحة المفاتيح.

B- قارئ الحروف البصري.

C- إدخال بيانات رقمية من برنامج *Spread Sheet*

D- كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة D

المراجع

1- محمد جاسم فلحي، (2006)، "اتجاهات إعلامية معاصرة**"، استحضرت بتاريخ 2014/3/22، على الرابط : http: //www.ao-academy.org/library.html**

[ii] - **المخلافي، فيصل علي خالد فرحان، (2005)، "**المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات، دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية**"، اليمن، صنعاء، المكتب الجامعي الحديث، ص119-118.**

[iii] انظر في ذلك: **محمد جاسم فلحي، مرجع سابق** *-http://www.ao-academy.org/library.html*

[iv] - **المخلافي، فيصل علي خالد فرحان** ، مرجع سابق، **ص 125-126.**

[v] - انظر في ذلك: **محمد جاسم فلحي، مرجع سابق** *-http://www.ao-academy.org/library.html*

[vi] - **بدر، أحمد أنور، (1996)، "**علم المعلومات والمكتبات**"، القاهرة: دار غريب، ص 321- 325.**

[vii] - **الفيصل، عبد الأمير مويت، (2006)، "**الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي**"، الأردن، عمان، دار الشروق، الطبعة العربية الأولى،** ص 79.

[viii] - **الموسوعة العربية للكومبيوتر والانترنت،** أمن النشر الإلكتروني، في: *http//www. c4.arab. com*

* للمزيد انظر: **المخلافي، فيصل علي خالد فرحان** ، مرجع سابق، **من ص 119 حتى 124.**

[ix] - **بدر، أحمد أنور،** مرجع سابق، **ص 321- 325.**

[x] - **فضلي، محمد عهدي، (2006)، "**تكنولوجيا الصحافة والصحافة الإلكترونية**"، القاهرة، بدون ناشر، ص 64-63.**

[xi] - **نوبار، جورج، (2004)**، "الثقافة الإلكترونية"، **القاهرة، مكتبة الأسرة، الهيئة العامة للكتاب، سلسلة الأعمال العلمية، ص 312.**

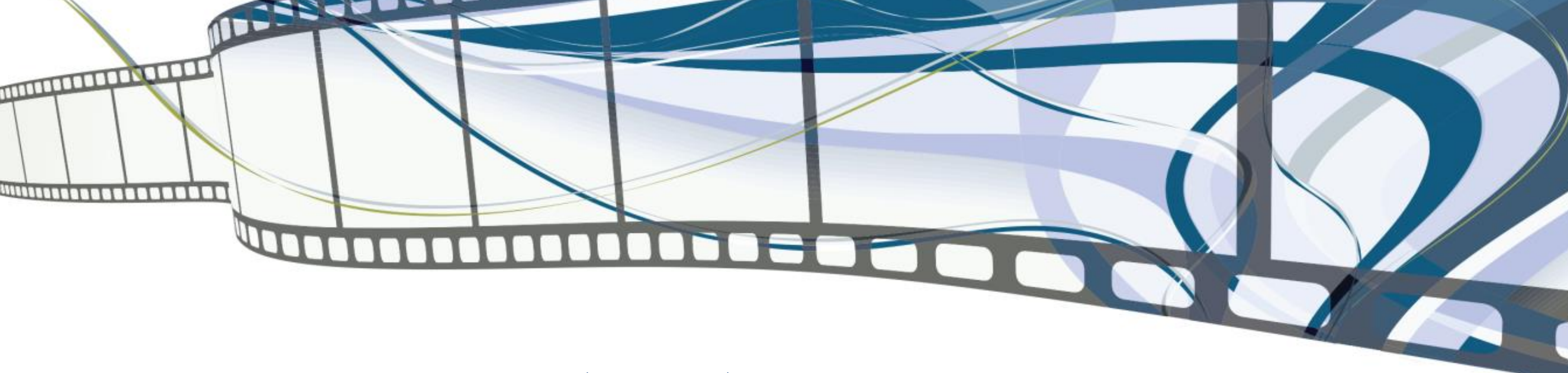
[xii] - **خليفة، شعبان عبد العزيز، (1993)**، "التربية المكتبية في المدرسة العربية"، **القاهرة، المكتبة الأكاديمية، ص 66.**

[xiii] - **كيلش، فرانك، (2000)**، "ثورة الإنفوميديا .. الوسائط المعلوماتية وكيف تغيّر عالمنا وحياتك؟"، **ترجمة: حسام الدين زكريا، الكويت**، سلسلة عالم المعرفة، **المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد 253، ص 412.**

[xiv] - للاستزادة انظر: **القمحاوي، عبد البديع، (1997)**، "فريق عمل الكتاب المطبوع الإلكتروني"، **القاهرة، الهيئة العربية العامة للكتاب، حلقة دراسية، بدون ترقيم.**

[xv] - **فضلي، محمد عهدي**، مرجع سابق، **ص 73-74.**

- **"**الكتاب الالكتروني**"، (2011)، استحضرت بتاريخ 2014/12/26، على الرابط:**
http://kenanaonline.com/users/hanigeelani/posts/195882 -



الوحدة التعليمية السابعة

المواقع الالكترونية

الاهداف التعليمية

ينبغي على الطالب ان يتقن بعد دراسة هذه الوحدة التعليمية ما يلي:

1. **امتلاك خلفية معرفية جيدة عن** الفروقات بين الصحيفة الإلكترونية والمواقع الإلكترونية
2. **امتلاك خلفية معرفية جيدة عن** المواقع الإلكترونية
3. التعرف على **أهداف وخدمات المواقع الإلكترونية**
4. التعرف على **أنواع المواقع الإلكترونية**.
5. **التمكن من تحديد** هيكلية الموقع الإلكتروني على شبكة الانترنت
6. **امتلاك خلفية معرفية جيدة حول** الكتابة الإخبارية للمواقع الالكترونية
7. **تعميق المعرفة حول** الكتابة الذاتية ومواقع (المدونات).
8. **امتلاك خلفية معرفية جيدة عن** تقييم المواقع الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية

مفهوم الموقع الإلكتروني، صفحة الدخول، الصفحة الرئيسية، الصفحات الأولية، صفحات المضمون، شعار الموقع، تحديث الموقع، خارطة الموقع، أدوات الملاحة والإبحار في الموقع، أهداف الموقع الإلكتروني (الإعلام، المعلومات، التعليم، الترفيه، التواصل)، خدمات الموقع الإلكتروني، أنواع المواقع الإلكترونية (مواقع تجارية – تسويقية، مواقع تفاعلية، مواقع تعريفية، مواقع إعلامية تكميلية، مواقع صحفية، مواقع الأدلة ومحركات البحث، مواقع ترفيهية، مواقع ثقافية، مواقع شخصية (المدونات)، مواقع الموسوعات والمعلومات العامة، مواقع القواميس والمعاجم، مواقع الخدمات العامة، مواقع الخدمات التعليمية، مواقع الإرشاد العام والخاص، مواقع ترويج الأفكار، هيكلية الموقع الإلكتروني على شبكة الانترنت (الرأس، الجسم، القدم)، فواصل صفحة الموقع، التصميم ويسر استخدام الموقع، تصميم الموقع، الكتابة الإخبارية للمواقع الإلكترونية، لغة النص المترابط أو النص المهجن، الاختلافات بين التحرير لموقع إلكتروني والكتابة السطرية، خطوات الكتابة الإخبارية لموقع إلكتروني (البحث، الكتابة، التحرير، المراجعة، التحميل)، الكتابة الذاتية ومواقع (المدونات)، مصطلح المدونة، المدون، المدونون المحترفون، مميزات المدونة، تقييم المواقع الإلكترونية معلوماتيا، خدميا، إيجابيات المواقع الإلكترونية ، سلبيات المواقع الإلكترونية.

تمهيد:

ارتبط مصطلح "الصحافة الإلكترونية" في الوطن العربي فعليا – كما سبق في وحدات سابقة من هذا الكتاب – بظهور أول موقع لصحيفة عربية هي "الشرق الأوسط " على الإنترنت وذلك في سبتمبر /أيلول عام 1995، تلتها صحيفة النهار اللبنانية في فبراير /شباط 1996، ثم صحيفة الحياة اللندنية في يونيو /حزيران 1996، والسفير اللبنانية في العام نفسه كذلك، وتوالت بعد ذلك أعداد المواقع الإلكترونية على الإنترنت لصحف عربية كثيرة، وكان يقصد بهذا المصطلح قبل التاريخ المذكور استخدام تقنيات النشر المكتبي في إنتاج وإخراج الصحيفة الورقية التقليدية، أي استخدام الكمبيوتر وبعض البرامج المتخصصة في عمليات النشر الورقي الاعتيادي.

ظهر بعد ذلك عدد من المواقع الإخبارية العربية على الإنترنت مثل موقع الجزيرة نت وموقع العربية نت وموقع باب وموقع البوابة العربية لأخبار التقنية، الأمر الذي دفع باتجاه ضرورة التمييز بين ما يطلق عليه "صحيفة إلكترونية" وبين الموقع الإخباري الإلكتروني، وعدم الخلط بينهما.

أولا– أبرز الفروق بين "الصحيفة الإلكترونية" و" الموقع الإخباري الإلكتروني":

1. **طبيعة النشأة**، فأصل الصحيفة الإلكترونية أنها نشأت ابتداء على الورق بالصورة التقليدية كأي صحيفة عادية، لكن القائمين عليها ارتأوا لمجاراة لغة العصر ضرورة وجود نسخة إلكترونية من هذه الصحيفة على الانترنت فأنشئوا لها موقعا على الإنترنت. وبالتالي فالصحيفة الإلكترونية هنا هي نسخة طبق الأصل "كربونية" من الصحيفة التي تصدر بطبعاتها المختلفة ورقيا وتوزع بصورة اعتيادية .

أما الموقع الإخباري الإلكتروني فقد نشأ ابتداء على الانترنت وليس له أصل ورقي، وإنما بيئته الأساسية هي تلك البيئة الافتراضية اللامتناهية المسماة بفضاء الإنترنت .

2. **طاقم العمل**، وهو هنا بالنسبة للصحيفة الإلكترونية في أغلبه مجموعة من الفنيين الذين ينصب جل اهتمامهم – ان لم يكن كله – على رفع محتويات الصحيفة الورقية ونشرها على الموقع الإلكتروني .

أما الموقع الإخباري الإلكتروني فيختلف فيه الأمر تماما عن الصورة السابقة، ويتسع فريق العمل داخله ليشمل مكونات غرفة الأخبار بما تحويه من رئيس تحرير ومحررين وصحفيين

ومدققي اللغة والمعلومات ومصنفي المواد، وقسم المالتيميديا الذي يوفر الصور المصاحبة للمواد المنشورة، وهذا على أقل تقدير .

3. **<u>زمن تحديث الأخبار</u>**، ففي الصحيفة الإلكترونية يرتبط زمن التحديث – في الغالب –بدورية صدور الصحيفة سواء كانت يومية أم أسبوعية، أما بالنسبة للموقع الإخباري الإلكتروني فهو في صراع مع الزمن لنشر الأخبار حال حدوثها أو حال ورودها من المصادر الموثوقة بعد أن تأخذ دورة النشر الاعتيادية وقتها قبل أن تظهر لجمهور المستخدمين .

والمواقع الإخبارية الإلكترونية تعمل كذلك على بث ما يعرف بالأخبار العاجلة بصورة تجعلها تتفوق على التلفزيون والإذاعة فيما يتعلق بزمن النشر قياسا إلى زمن حدوث الخبر، لأن أنظمة النشر تتيح لتلك المواقع أن تنشر ما يسمى "الخبر العاجل" بمجرد الانتهاء من كتابته، أو بعبارة أخرى تسمح بكسر دورة إنتاج الخبر العادي الذي يمر تقريبا بخمسة مراحل قبل أن يظهر للمستفيد النهائي .on line

4. رغم أن أشهر المواقع الإخبارية نشأت ابتداء في أكناف مؤسسة تلفزيونية ما– ولها في هذه الحالة أصل تلفزيوني، على غرار تلك التي نشأت ولها أصل ورقي، لكن ما يميز تلك المواقع الإخبارية على الإنترنت، أن **لها غرفة أخبار مستقلة تحكم عملية النشر على الموقع الإلكتروني .**

كما أن الموقع الإلكتروني على الإنترنت في هذه الحالة ينشر الأخبار بصورة مكملة **لعمل التلفزيون، ويعرض مزيدا من التفاصيل عن الأخبار تكون بيئة الإنترنت ومواصفاتها أقدر على تحمله،** عكس الخبر التلفزيوني الذي يكون مقتضبا قدر الإمكان ومحدودا بزمن معين لا يسمح في الغالب بإيراد التفاصيل .

وعلى ذلك فقد ترى خبرا في التلفزيون، ثم تسمع المذيع يحيلك إلى الموقع الإلكتروني الخاص بالقناة لمعرفة مزيد من التفاصيل أو الخلفيات، وكذلك الحال بالنسبة للإذاعة فيما يتعلق بالمواقع الإخبارية المتعلقة بها، وأوضح مثال على ذلك هو موقع إذاعة البي بي سي العربية على الإنترنت، التي تحيل في الغالب المستمع إلى موقعها لمعرفة المزيد من التفاصيل عن هذا الخبر أو ذاك .

ويختلف الوضع بالطبع إذا ما كان الموقع الإلكتروني الذي نشأ في أكناف تلفزيون أوإذاعة ما مقرر له أن يكون مجرد أرشيف إلكتروني لما تعرضه الشاشة التلفزيونية أوتبثه الإذاعة من مواد وبرامج وأخبار، فهنا تكاد تنطبق مواصفات النسخة الكربونية للصحيفة الورقية التي ذكرناها وعرفناها سابقا على هذه الحالة.

ثانيا– مفهوم الموقع الإلكترونى:

هو "مجموعة من ملفات الشبكة العنكبوتية ذات الصلة المتشابهة فيما بينها، والتي قام بتصميمها فرد أو مجموعة من الأفراد أو إحدى المؤسسات"، ويتكون كل موقع من عدد غير محدد من الصفحات والتي تأخذ عدة أشكال وفقا لوظيفتها بالموقع وتتضمن[i]:

1. صفحة الدخول *Entry Page*: **هي صفحة تحرص بعض المواقع على وجودها، حيث تكون بمثابة تمهيد للموقع، وتعطي انطباعا عاما للزائر عن الموقع، ونادرا ما تقدم له بعض المعلومات، وتحتوي في المقام الأول على الرسوم التي تعمل على جذب الزائر للدخول إلى الموقع.**

2. الصفحة الرئيسية *Home Page*: **هي الصفحة الأولى أو صفحة الاستقبال التي تظهر للزائر عند دخوله للموقع، تحتوي عادة على القائمة الرئيسية للموقع، والتي تتيح للزائر الوصول إلى كل صفحات الموقع أو بعضها.**



صفحة استقبال موقع *BBC*

3. الصفحات الأولية *Index Pages*: **هي المستوى الثاني بعد الصفحة الرئيسية، ويتم الوصول إليها مباشرة من خلال وصلات داخل الصفحة الرئيسية، وعادة ما تحتوي كل صفحة من هذه الصفحات على وصلات للعودة إلى الصفحة الرئيسية، كما تحتوي بداخلها على وصلات لصفحات المضمون التي تليها في هيكل الموقع.**

4. صفحات المضمون *Content Pages*: **هي تلك الصفحات التي تلي الصفحات الأولية، والتي تركز على تفاصيل موضوع ما، ويمكن الدخول إليها من خلال وصلات بالصفحات الأولية، وغالبا ما يوجد بها وصلات للصفحة الرئيسية ولبقية صفحات الموقع، وقد تكون:**

- **صفحة واحدة عادية لا تتعدى حجم الشاشة.**
- **صفحة واحدة طويلة تتعدى حجم الشاشة إلى أسفل بها وصلة.**
- **عدة صفحات منفصلة وبينها روابط نصية أو رسوم.**

- شعار الموقع *Logo*: **هو رمز مميز أو شكل توضيحي يرتبط بالموقع الإلكتروني ويدل على محتواه ويحدد هويته، وقد يكون في شكل مكتوب نصي أو بمصاحبة رسوم.**



شعار موقع *E Damascus*

- تحديث الموقع: **ويقصد به تحديث المواد المنشورة في الموقع، والتحديث هو متابعة تطورات الأحداث ونشرها أولا بأول، أو استكمال وإضافة معلومات ومصادر جديدة في معالجة الحدث، والتحديث يمكن أن يكون كليا أي تحديث الصفحة التمهيدية أو الموقع ككل، أو تحديثا جزئيا بمعنى تحديث موضوعات محددة داخل موقع الصحيفة الإلكترونية.**

- خارطة الموقع: *Site Map* إن خارطة الموقع هي وسيلة لتوجيه الزائر وإعطائه نظرة عامة لبنية الموقع ومحتواه، وتوفر له الوصول إلى المحتويات بالنقر عليها، كما تعد الخارطة وسيلة لإدارة الموقع وتضم قوائم مفصلة بالمحتوى[ii].



الصفحة الرئيسية لموقع *E Damascus* وتظهر فيها قوائم خارطة الموقع

- أدوات الملاحة والإبحار في الموقع: *Navigation Tools* من الضروري توفير وسائل لمساعدة الزائر على الإبحار في الموقع، وهناك عدة أنواع للإبحار يجب أن تدعمها الأدوات أهمها[iii]:



– الهبوط إلى أسفل الصفحة حيث توجد العناصر المكون لها حسب القائمة.

– الصعود إلى أعلى حيث يوجد اسم الصفحة الأعلى.

– الإبحار عبر الصفحة إلى أجزائها المختلفة.

– الإبحار بين أدوات الصفحة المختلفة مثل مجال البحث والاتصال التفاعلي وغيرها أبحث.

ثالثا – أهداف وخدمات الموقع الإلكتروني:

تتنوع أهداف المواقع الإلكترونية تنوعا كبيرا، وتشمل بشكل أساسي الإعلام، المعلومات، التعليم، الترفيه، التواصل.

ولا يمكن حصر الخدمات التي تقدمها المواقع المختلفة والتي تشمل عموما:



1.قوائم بالوظائف الشاغرة.

2.المعلومات الحكومية.

3.البيانات الإحصائية.



4.قوانين الدول حول العالم.



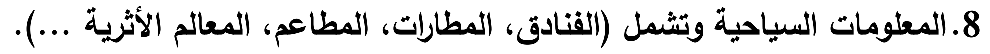
5.أحوال الطقس.



6.حركة المطارات والحجوزات.



7.البورصات وأسواق المال.



8.المعلومات السياحية وتشمل (الفنادق، المطارات، المطاعم، المعالم الأثرية ...).



9.أرقام هواتف (الطوارئ والشرطة والنجدة والإطفاء ...).

10. معلومات عن الجامعات والثقافات والأديان المختلفة.

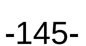


11. معلومات جغرافية عن الدول ومدنها وإعلامها

12. النقاشات حول الكثير من الموضوعات والقضايا.

13. النسخ المجانية والتجريبية لبعض البرامج والإصدارات.

14. حركة ونشاط التجارة الإلكترونية بأنواعها المختلفة.



رابعا – أنواع المواقع الإلكترونية[iv]:

يمكن تقسيم أنواع المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت من زاوية المحتوى والمضمون **الذي يتم بثه عليها إلى:**

1. مواقع تجارية – تسويقية: **تهتم بالتجارة الإلكترونية وتسويق البضائع والسلع عن طريق الانترنت، وتتميز بـ:**

- **دعم المنتج الذي تصنعه أو تبيعه الشركة التي ترعى الموقع.**
- **الإعلان عن المنتج الذي تقوم الشركة أو المؤسسة بإنتاجه.**
- **المساعدة على بيع المنتج الذي تقوم الشركة صاحبة الموقع بإنتاجه من خلال عمليات التسويق الشبكي.**
- **لا تحتوي على مواد صحفية سواء إخبارية أو معلوماتية، ولا تستخدم غالبا قوالب إعلامية أو صحفية، وتقتصر على التعريف بالشركة أو المؤسسة والتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها، وربما تقوم بعرض منتجات لشركات أخرى، وعمل إعلانات تجارية لسلع وخدمات غالبا ما تدخل في مجال تخصص الشركة التجاري.**
- **لا تعتمد على هياكل إدارية كبيرة، وغالبا ما يتم متابعتها من خلال شركات متخصصة تقوم بتحديث بيانات الشركة أو إضافة الإعلانات المطلوبة، وربما يتم تدريب بعض الموظفين في الشركة أو المؤسسة للقيام بمهمة التحديث.**
- **لا تعتمد على خبرات إعلامية أو صحفية متخصصة وربما يلجأ بعضها إلى خبراء في مجال الإعلان والدعاية، خاصة في المواقع المملوكة لكبرى الشركات التجارية.**

2. مواقع تفاعلية: **تركز هذه المواقع على عملية التفاعل مع الزوار من خلال:**

- **المنتديات وساحات الحوار المكتوبة.**
- **غرف الدردشة.**

- **الحوارات الصوتية التفاعلية.**

- **المجموعات البريدية.**

3. مواقع تعريفية: **تقوم هذه المواقع بالتعريف بأنشطة وفعاليات المؤسسات التي أسستها وهي غالبا ما تكون مؤسسات غير ربحية، مثل المؤسسات الخيرية والعلمية والفكرية والثقافية، وغالبا ما تكتفي مثل هذه المواقع بنشر الفعاليات الخاصة بالمؤسسة دون الاهتمام بالتغطيات الصحفية والإعلامية، أو حتى الاستعانة بمتخصصين لتغطية نشاطاتها وفعالياتها، وقد تقدم بعضا من الخدمات المعرفية أو المعلوماتية للمهتمين، إلا أنها تتسم في الغالب بتباعد مدة التحديث للموقع.**

4.مواقع إعلامية تكميلية: **تتكامل هذه المواقع مع مؤسسات إعلامية، سواء أكانت صحفية أو إذاعية أو فضائية مثل مواقع الصحف الورقية والمحطات الفضائية، وتتسم هذه المواقع بعدة صفات أهمها:**

- **الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل معها، وتدعم دورها الإعلامي سواء أكان دورا إذاعيا أو فضائيا أو صحفيا.**

- **إعادة إنتاج المحتوى الذي تقدمه في المؤسسات الأساسية التي تقوم بدعمها والتكامل معها.**

- **لا تنتج مادة إعلامية أو صحفية غير منتجة في مؤسساتها الأصلية، إلا في نطاق ضيق، وربما يتم إعادة إنتاج المواد المتوفرة في المؤسسة بما يتلاءم مع طبيعة الانترنت.**

5.مواقع صحفية: **تعد هذه المواقع صحفية إلكترونية بحتة، فهي لم تنشأ من خلال مؤسسة تجارية، ولم تنشأ مكملة لمؤسسة إعلامية، ولكنها تأسست لتقوم بدور صحفي منذ البداية، وتتميز بـ:**

- **الاعتماد على هياكل إدارية منتظمة.**

- **الاعتماد على محترفين في المجال الصحفي.**

- **التركيز على تقديم مواد صحفية في قوالب صحفية.**

6.مواقع الأدلة ومحركات البحث: **توفر هذه المواقع خدمة البحث للمتصفح، وأشهرها بالنسبة للمتصفح العربي موقع (Google) الذي يحقق خدمة البحث من خلال:**

- **التصميم البسيط للموقع.**
- **مساحة البياض الكبيرة التي تريح النظر وتجعل المستخدم يركز على هذه الخدمة بالتحديد دون أي عناصر تشتيت.**

7. مواقع ترفيهية: **هي مواقع منتشرة بكثرة الغرض منها ترفيه الزائر من خلال الألعاب والموسيقى والأغاني والأفلام.**

8. مواقع ثقافية: **تقدم هذه المواقع معلومات للزوار عن بلد معين، وصفات أشخاص وإنتاجاهم في مجال معين كالشعر والرواية والمسرح وغيره.**

9. مواقع شخصية (المدونات): **وهي صفحات يقوم ببنائها أشخاص للتعريف بأنفسهم، ومجالات اختصاصهم، وأحيانا تكون تابعة لأشخاص في غاية الأهمية.**

10. مواقع الموسوعات والمعلومات العامة: **مثل الموسوعة البريطانية وكتاب العالم وغيرها من الموسوعات المهمة، وهي تتجدد باستمرار وتقدم خدمات كالصور.**

11. مواقع القواميس والمعاجم: **وهي متوفرة بالنص والصوت والصورة.**

12. مواقع الخدمات العامة: **تقدم هذه المواقع مجموعة من الخدمات لا حصر لها مثل[٧]: خدمات السياحة، خدمات الترجمة الآلية، خدمات البحث عن الأشخاص، الصفحات الصفراء، الخدمات الحكومية.**

13. مواقع الخدمات التعليمية: **توفر الجامعات والمعاهد والمدارس في أغلب دول العالم خدمات تعليمية وإعلانية عن برامجها ومناهجها، يكون بعضها بشكل تفاعلي متكامل يقصد به التعلم المباشر الافتراضي عبر الشبكة، وبعضها يوفر جوانب من هيكلية البرامج التعليمية، كما تضع الشركات التي تنتج منتجات تعليمية شروحا لمنتجاتها.**

14. مواقع الإرشاد العام والخاص: **تشمل المواقع التي تقدم خدمات طبية وقانونية وحسابية عبر اتصالات تفاعلية لأصحاب الشأن والاختصاص.**

15. مواقع ترويج الأفكار(vi): **يطلق عليها أيضا "مواقع الدعم والتأييد" وتمثل وتعبر عن جهات وأهداف كثيرة، أهمها** مواقع الرأي **التي تروج لأشخاص أو منظمات أو أحزاب أو طوائف، تقوم هذه المواقع بتقديم وجهة نظرهم وآرائهم بغية رفع الوعي في قضية ما أو حشد التأييد، وغالبا ما ينشئ الناشطون والمنظمات الأهلية غير الربحية والجهات الدينية والسياسية والبيئية هذه المواقع بغية الوصول إلى أكبر شريحة من الناس.**

خامسا – هيكلية الموقع الإلكتروني على شبكة الانترنت:

إن صفحة الموقع الإلكتروني مكونة من مجموعة من المعلومات المنظمة في سياق خطي من الأعلى إلى الأسفل، أو من أي اتجاه إلى آخر، ولكن أكبر فرق بينها وبين الصفحة العادية هو أن لها القدرة القوية على الاتصال مباشرة بأي عدد من الصفحات في نفس الموقع أو في مواقع أخرى(vii).

وتتكون صفحات الموقع سواء الرئيسية أو الداخلية من أجزاء ظاهرة **وأخرى** مخفية، والعناصر الرئيسية المكونة للأجزاء الظاهرة هي(viii):

1. الرأس: **يحمل الرأس عنوان النص أو الترويسة المكتوبة أو المرسومة، ويمكن أن يحتوي على وصلات تشعبية مباشرة إلى الصفحات الأخرى في الموقع أو مجموعة من الإشارات مثل (أمام *NEXT* ، خلف *PREVIOUS*).**

2. الجسم: **يحتوي الجسم على المحتوى الذي يشمل النص وغيره والوصلات المتشعبة التي تقود إلى صفحات أخرى أو مواقع أخرى أو إلى أي جزء آخر من الصفحة.**

3. القدم: **ويحوي معلومات أساسية حول الموقع مثل تاريخ الإنشاء، التجديد، العنوان الإلكتروني، الجهة الناشرة التي تدير الموقع، عناوين أجزاء من الموقع.**

أما **الجزء** المخفي **الذي لا يراه الزائر فيشمل:** هوية الموقع و التعليقات الخفية.

- فواصل صفحة الموقع:

تنقسم الفواصل على صفحة الموقع من حيث الهدف الوظيفي إلى نوعين:

- **فواصل تنظيمية كالجداول التي تعمل على تنظيم محتويات الصفحة من صور ورسوم جرافيكية ونصوص.**
- **فواصل جمالية كالأيقونات والصور والعناوين والخلفيات اللونية.**

- التصميم ويسر استخدام الموقع:

يستهدف تصميم أي موقع إلكتروني تحقيق يسر الاستخدام Usability الذي يقابل يسر القراءة Readability في الصحيفة المطبوعة، ويسر الاستخدام يعني "مدى كفاءة الموقع الإلكتروني في عرض المعلومات واستعادتها بطريقة سهلة في بيئة الوسائط المتعددة".

ومن أهم العوامل التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند تصميم الموقع[ix]:

1. **الاهتمام بالمتصفح الفرد واهتماماته.**
2. **استخدام الصوت والصورة والموسيقى وطرق الإبحار المختلفة.**
3. **تحقيق وضوح الرؤية وسرعة الاستعراض وسهولة اللغة من خلال الاهتمام بـ:**
   - **تأثير استخدام الألوان وخداع البصر.**
   - **طرق عرض المعلومات.**
   - **حجم المادة والمساحات الفارغة.**
   - **الإضاءة والتباين.**
   - **حجم الصور.**

وتوصلت دراسة حسني نصر إلى أن غالبية المستخدمين يشعرون بالراحة واليسر مع المواقع[x]: – الأقل استخداما للألوان.

- **التي تحمل معلومات أكثر.**

- **التي تتيح قدرا من التفاعلية.**

- **الأقل تعقيدا.**

سادسا – الكتابة الإخبارية للمواقع الإلكترونية:

مما لاشك فيه أن ظهور الإعلام الإلكتروني ونموه بأشكال متعددة، سواء بشكل صحف إلكترونية تفاعلية أو غير تفاعلية أو بشكل مواقع إلكترونية، قد طوّر لغة جديدة لتحرير النصوص الصحفية وإخراجها وعرضها، وبمعنى آخر طوّر لغة جديدة للنشر الصحفي، يطلق عليها لغة النص المترابط **أو** النص المهجن[xi].

تمتلك هذه اللغة – كما ذكرنا سابقا– القدرة على برمجة الكلمات في بقع ساخنة أو وصلات من خلال الضغط عليها فينتقل الحاسب مباشرة إلى الفقرة ذات الصلة من المعلومات التي قد تكون موجودة في أي شبكة، كما أنها تتيح للمتصفح قراءة مادة أو مقال وفق هواه بحيث يمكنه الإبحار إلى القضايا والموضوعات الأكثر أهمية عنده، وامتد هذا المفهوم ليشمل المواد المرسومة والمصورة ولقطات الفيديو والصوت (الهيبرميديا).

لكن بداية حتى نستطيع الإلمام الكامل بطريقة كتابة هذه اللغة الجديدة لابد من تسليط الضوء على طريقة القراءة المتبعة من قبل المتصفح على الانترنت.

- كيف يقرأ الناس عند تصفح المواقع؟

  - **يقرؤون ببطء .**

  - **يرغبون بالحصول على المعلومة بشكل سريع.**

  - **لا يحبون التصفح في المقالات الطويلة المنشورة على أكثر من صفحة، لما تسببه من إجهاد للعين.**

- **يفضلون النص القصير المركز، لأن القراءة من شاشة الكومبيوتر تكون أبطأ بنسبة 25% تقريبا عن القراءة من الورق العادي.**

- **يلقون نظرة سريعة على الموضوع.**

- **يبحثون عن المعلومة التي تهمهم.**

- **يبحثون عن المعلومة الموثوقة والمناسبة والصحيحة.**

وبالتالي تبعا لهذه الطريقة في القراءة فإن الكتابة للمواقع الإلكترونية بواسطة (الكتابة التكوينية) هو الأنسب والأجدى والأكثر استغلالا للمزايا التي تمنحها تكنولوجيا الاتصال الجديدة، والتي تختلف عن الكتابة العادية (السطرية)، حيث تكون الكتابة في الصحف والمجلات طويلة، فقراتها كبيرة، تحتوي الفقرة أكثر من فكرة، في حين أن الكتابة لموقع إلكتروني تتطلب الفقرات القصيرة، وأن تحتوي كل فقرة على فكرة واحدة.

ويمكن حصر هذه الاختلافات بين التحرير لموقع إلكتروني والكتابة السطرية في عدة نقاط من حيث[xii]:

1. **التأثير على القارئ (المتصفح).**
2. **طريقة التدوين.**
3. **طرائق استقبال النصوص.**
4. **ثبات أو حركية النص وتشعبه.**
5. **تفاعل النص مع نصوص أخرى موازية أو متجانسة.**

- خطوات الكتابة الإخبارية لموقع إلكتروني:

عند كتابة أي موضوع على الموقع الإلكتروني على المحرر أن يتبع الخطوات الخمس الرئيسية التالية[xiii]:

- البحث.
- الكتابة.

- التحرير.
- المراجعة.
- التحميل.

ويمكن تفصيل ما سبق على النحو التالي:

أولا – قبل الكتابة: لابد من القيام بثلاث خطوات أساسية:

1. **اعرف الجمهور الذي ستخاطبه، وخاطب الفئة المستهدفة مباشرة.**
2. **ضع نفسك مكان قرائك.**
3. **اكتب ملخصا محددا وواضحا من أجل تنظيم أفكارك وتحديدها.**

ثانيا – أثناء الكتابة(*):

1. **اكتب نصف ما ستكتبه في المادة المطبوعة.**
2. **قسم المقال إلى معلومات أو فقرات صغيرة وقصيرة.**
3. **ضمن كل فقرة فكرة واحدة فقط.**
4. **لا تكرر هذه الفكرة في مكان آخر داخل النص.**
5. **اختر جملا بسيطة سهلة القراءة، وتذكر أن المتصفحين يكونون متعجلين في البحث عن المعلومة ومع ذلك يقرؤون ببطء ما يستلزم الجمل والفقرات القصيرة.**
6. **استخدم عناوين فرعية واضحة المعنى.**
7. **أدرج المعلومات في نقاط *Bullet Points*.**

8. **اكتب الكلمات الرئيسية بخط غامق *Bold Key Words*، حيث يكون المتصفح بحاجة إلى التفاصيل إلا أنه لا يركز عليها، لذا يمكن مساعدتهم عبر إبراز الكلمات الرئيسية.**

9. **ترتيب المعلومات بحيث تكون المعلومات المهمة في بداية المقال ثم يمكن بعد ذلك شرح التفاصيل في الهامش التي يمكن ربطها كـ (*Hyperlink*) على صفحات أخرى في البوابة (الصفحة الرئيسية).**

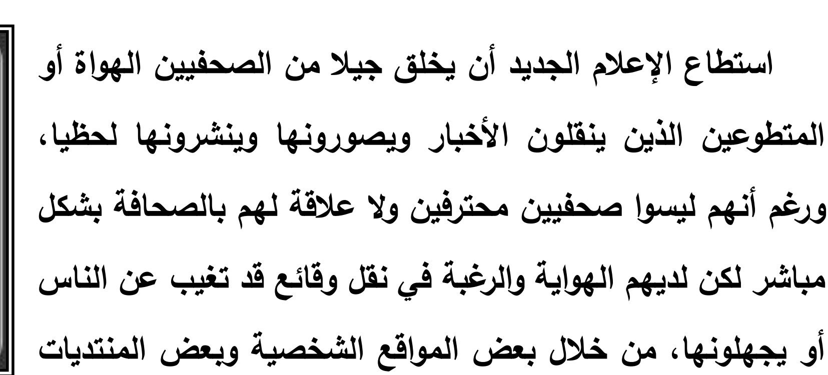
10. **يمكن اقتراح وتظليل العناوين الفرعية التي تشكل (*Hyperlink*)، بشكل موحد لترتبط بالموضوع الأصلي.**

11. **نوّع في أسلوب العرض حيث يمكنك استخدام مجموعة متنوعة من الأدوات لجعل المقالة تبدو أقصر وأبسط وأوضح مثل الترقيم والأسئلة والأجوبة والجداول وغيرها .....**

12. **اذكر المراجع في نهاية كل مقال وبعض النصائح حول أفضل طرق الاستفادة منه.**

13. **احرص على تحقيق أغلب صفات التحرير الجيد التي تتجلى في:** الوضوح في المعلومات والرسائل الموجهة، تنظيم الأفكار، اتساق المعلومات، سلامة اللغة، التشويق، الشمول.

سابعا – الكتابة الذاتية ومواقع (المدونات):



استطاع الإعلام الجديد أن يخلق جيلا من الصحفيين الهواة أو المتطوعين الذين ينقلون الأخبار ويصورونها وينشرونها لحظيا، ورغم أنهم ليسوا صحفيين محترفين ولا علاقة لهم بالصحافة بشكل مباشر لكن لديهم الهواية والرغبة في نقل وقائع قد تغيب عن الناس أو يجهلونها، من خلال بعض المواقع الشخصية وبعض المنتديات



والمدونات الـ (*Weblogs*) التي تتصف بكونها متاحة للجميع والاشتراك فيها لن يكلف سوى كتابة عنوان بريد الشخص الإلكتروني وكلمة سر خاصة به، ويصبح بذلك عضوا مشتركا في هذه المدونة أو الموقع أو المنتدى، وبذلك ظهر إلى فضاء الإعلام الإلكتروني ما سمي بـ (صحافة التطوع).

أولا- مصطلح المدونة[xiv]:

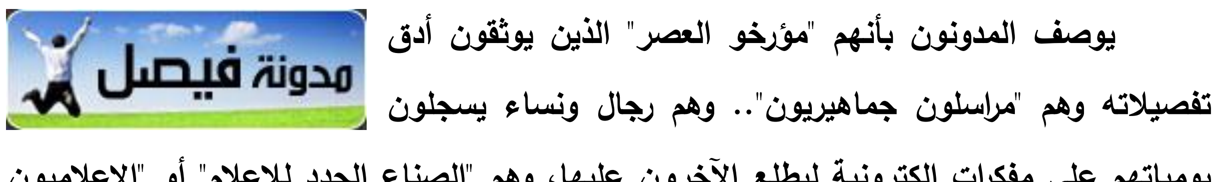
يتكون مصطلح المدونة weblog المأخوذ عن الإنكليزية من كلمتين هما ويب web وتشير إلى الشبكة الدولية للمعلومات و log تعني تسجيل أو دفتر لتصبح الكلمة سجل لتدوين الملاحظات على الويب.



والمدونة صفحة انترنيت تظهر عليها تدوينات صاحبها أو أصحابها مؤرخة ومرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا أو تنازليا تصاحبها آلية لأرشفة التدوينات القديمة، ويكون لكل تدوينة عنوان دائم ما يمكن القارئ من الرجوع إليها في وقت لاحق، كما تمكنهم من إضافة تعليقاتهم على الصفحة مباشرة أو عبر البريد الإلكتروني للمدون.

أما المنتدى فهو نادي يجمع مجموعة أعضاء لهم اهتمامات مشتركة، وكل فرع من فروع هذه الاهتمامات له قسم خاص به يكتب فيه بحرية دون أي رقابة.

ثانيا- من هو المدون... ؟



يوصف المدونون بأنهم "مؤرخو العصر" الذين يوثقون أدق تفصيلاته وهم "مراسلون جماهيريون".. وهم رجال ونساء يسجلون يومياتهم على مفكرات إلكترونية ليطلع الآخرون عليها، وهم "الصناع الجدد للإعلام" أو "الإعلاميون الجدد" وهم "رواد الإعلام البديل أو الإعلام الشخصي".. ترجع إليهم كبريات الصحف العالمية لتأخذ عنهم وتنقل المعلومات، وينقسمون إلى مدونون هواة ومدونون محترفون.

- المدونون المحترفون: **هم الصحفيون الذين أنشئوا مدونات شخصية لهم لينشروا ما لا يستطيعوا نشره في وسائل الإعلام التقليدية التي يعملون بها.**

ثالثا- مميزات المدونة:

- **يتم إنشائها وإدارتها من شخص واحد أو مجموعة أشخاص، بعيدا عن احتكار الحكومات.**

- **تتيح إمكانية تجهيل اسم صاحبها، وبالتالي يتضاءل الخوف من المساءلة القانونية والأمنية نتيجة استخدام الاسم المستعار وتتزايد درجة الصراحة والوضوح في طرح الرأي والدفاع عنه.**

- **يتم تصميمها من خلال أدوات تفاعلية محددة تتيح للزائر تصفحها بيسر والتعليق عليها، والانتقال منها إلى مواقع أخرى عبر روابط الويب.**

- **التدوينات تكون على شكل نصوص مفهرسة تشمل روابط داخلية وخارجية بصور وأصوات ومقاطع فيديو.**

- **يتم تحديثها باستمرار.**

- **تشجع على التعبير الحر عن الآراء ووجهات النظر والأسلوب الذاتي لصاحبها، كما تشجع على النقاش مع الزوار والمدونين الآخرين.**

- **لها معايير شبه دولية نتيجة استخدام طريقة شبه موحدة عالميا في إنشائها وإدارتها وتصميمها (إخراج قائم على عمودين أو ثلاثة ومساحات مفتوحة لتعليقات الزوار.**

ثامنا- تقييم المواقع الإلكترونية[xv]:

أولا- معلوماتيا: من خلال اختبار معلومات ومواد الموقع من حيث الدقة والمصداقية وأساليب وأشكال صياغة المعلومات.

ثانيا- خدميا: **من خلال التحقق من:** طبيعة البناء، سهولة الإبحار والاستخدام، قوالب عرض المعلومات، الخدمات الإعلامية المتاحة، درجة تحديث المادة، درجة التفاعلية، درجة تنوع المعلومات، مدى قابلية المادة للتصفح السريع.

- ايجابيات المواقع الإلكترونية من خلال نتائج الدراسات[xvi]:

1. **طريقة تصفح الموقع سهلة وواضحة ومناسبة لعمر الفئة المستهدفة.**

2. **إمكان المتصفح الانتقال من صفحة داخلية في الموقع إلى صفحات أخرى دون الحاجة إلى العودة إلى الصفحة الرئيسية.**

3. **استخدام صور الشخصيات في نقطة نقاط الملتقيات تمكن المتصفح الطفل من التعرف على تلك الشخصيات.**

4. **يسمح الموقع بمشاركات المتصفحين الأطفال عبر البريد الإلكتروني للموقع.**

5. **اكتساب الموقع الحيوية المحببة و الجاذبة من خلال الرسوم المتحركة.**

- سلبيات المواقع الإلكترونية العربية من خلال نتائج الدراسات(xvii):

إن الغالبية من المواقع الإلكترونية العربية أشبه بمواقع الهواة و يظهر هذا من خلال:

- **الإخراج التقليدي.**
- **الإفراط في استخدام الصور الشخصية.**
- **إغفال أهمية الوسائط المتعددة.**
- **عدم استخدام المواد السمعية والبصرية التي تعطي مصداقية للمضمون وتجعل المتصفح أكثر استمتاعا في الإبحار داخل الموقع.**
- **البعد عن النمط السائد في المواقع الإلكترونية المتميزة والمتطورة مثل (الجزيرة نت، العربية نت، إيلاف، *BBC*).**
- **عدم مراعاة سمات الكتابة التكوينية من حيث: الاختصار، التكثيف، إغفال تقسيم النص إلى فقرات قصيرة، الربط الرقمي التشعبي على طريقة النص الفائق المترابط.**
- **عدم العمل على مدار الـ 24 ساعة، فعادة ما يقفل ديسك التحرير في الساعة 24 ليعود الطاقم للعمل في السابعة والنصف صباحا، وبذلك إخلال في ميزة أساسية للعمل بالمواقع الإلكترونية التي يجب أن تتسم بالفورية والتميز بالسبق الصحفي.**
- **تركيز أغلب المواقع العربية على قضايا الجمهور الداخلي وإغفال حقيقة أن جمهور الموقع هو محلي وإقليمي ودولي.**

أبرز العقبات التي تواجه الباحث أثناء تفحصه لمواقع ذات اتجاه معين[xviii]:

- **عدم سهولة التعرف على المواقع ذات المحتوى الغني المنشود الذي يهم الباحث.**
- **الكثير من هذه المواقع لا يعلم مدى موثوقيتها وصحة محتواها أو من الجهات التي تقف خلفها.**
- **المواقع مختلفة اللغات والموضوعات والقضايا، ولا يمكن للزائر معرفة هذه المعلومات إلا بعد قضاء وقت طويل في التجول بالموقع.**

الخلاصة

تحت عنوان (المواقع الإلكترونية)، **حاولنا تقديم المعلومات اللازمة التي تساعد الطالب على امتلاك خلفية معرفية جيدة عن** المواقع الإلكترونية بكل تفصيلاتها **(صفحة الدخول، الصفحة الرئيسية، الصفحات الأولية، صفحات المضمون، شعار الموقع، تحديث الموقع، خارطة الموقع، أدوات الملاحة والإبحار في الموقع).**

ثم عملنا على تقديم معلومات تفصيلية حول أهداف وخدمات المواقع الإلكترونية **المتنوعة (الإعلام، المعلومات، التعليم، الترفيه، التواصل)، وصولا إلى تعميق المعرفة حول** أنواع المواقع الإلكترونية: **(مواقع تجارية – تسويقية، مواقع تفاعلية، مواقع تعريفية، مواقع إعلامية تكميلية، مواقع صحفية، مواقع الأدلة ومحركات البحث، مواقع ترفيهية، مواقع ثقافية، مواقع شخصية (المدونات)، مواقع الموسوعات والمعلومات العامة، مواقع القواميس والمعاجم، مواقع الخدمات العامة، مواقع الخدمات التعليمية، مواقع الإرشاد العام والخاص، مواقع ترويج الأفكار).**

كما سعينا لتوضيح مفهوم الكتابة الإخبارية للمواقع الالكترونية **لغة النص المترابط أو النص المهجن، وأيضا توضيح الاختلافات بين التحرير لموقع إلكتروني والكتابة السطرية، وتحديد خطوات الكتابة الإخبارية لموقع إلكتروني (البحث، الكتابة، التحرير، المراجعة، التحميل)، وتعميق المعرفة حول** الكتابة الذاتية ومواقع (المدونات).

ثم انتقلنا لإعطاء الطالب فكرة مفصلة عن هيكلية الموقع الإلكتروني على شبكة الانترنت **(الرأس، الجسم، القدم)، وأخيرا قدمنا المعلومات الكافية للطالب ليتمكن من** تقييم المواقع الإلكترونية.

تمارين

اختر الإجابة الصحيحة: المدونة هي سجل لتدوين الملاحظات على الويب:

A- صح.

B- خطأ.

الإجابة الصحيحة A

اختر الإجابة الصحيحة: يتكون كل موقع من عدد غير محدد من الصفحات والتي تأخذ عدة أشكال وفقا لوظيفتها بالموقع:

A- صح.

B- خطأ.

الإجابة الصحيحة A

اختر الإجابة الصحيحة: أولى خطوات الكتابة الإخبارية لموقع إلكتروني "البحث":

A- صح.

B- خطأ.

الإجابة الصحيحةA

اختر الإجابة الصحيحة: لا تعتبر من سلبيات المواقع الإلكترونية العربية:

A- إغفال أهمية الوسائط المتعددة.

B- الإفراط في استخدام الصور الشخصية.

C- الإخراج التقليدي.

D- مشاركات الاطفال.

اختر الإجابة الصحيحة: الجزء المخفي الذي لا يراه زائر الموقع يشمل: هوية الموقع والتعليقات الخفية.

A- صح.

B- خطأ.

الإجابة الصحيحة A

اختر الإجابة الصحيحة: قبل الكتابة للموقع لابد من القيام بثلاث خطوات أساسية:

A- خاطب الفئة المستهدفة مباشرة.

B- ضع نفسك مكان قرائك.

C- اكتب ملخصا محددا وواضحا من أجل تنظيم أفكارك وتحديدها.

D- كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة D

المراجع

[i] - **التربان، ماجد سالم، (2008)،** "الأنترنيت والصحافة الإلكترونية: رؤية مستقبلية"، **الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص 305-306-307.**

[ii] - **صادق، عباس مصطفى، (بدون تاريخ)،** "الصحافة والكومبيوتر"، **الدار العربية للعلوم، القاهرة، ص 87.**

[iii] - **المرجع السابق نفسه، ص 87.**

[iv] - **الأنصاري، عادل، (2004)،** "الصحافة الإلكترونية ... المعايير والضوابط"، **في:**

- *http://www.islamonline.net.*

[v] - صادق، عباس مصطفى، مرجع سابق، ص 92-93.

[vi] - المرجع السابق نفسه، ص 91-92.

[vii] - نفسه، ص 86.

[viii] - نفسه، ص 87، 88.

[ix] - **البدري، رفعت محمد، (2005)،** "تأثير الصحافة الإلكترونية على مستقبل الصحافة المطبوعة في مصر"، **المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر بعنوان: "**مستقبل وسائل الإعلام العربية**"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثالث، ص 805.**

[x] - **نصر، حسني،** (2003)، "الصحافة الإلكترونية"، **مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، الطبعة الأولى، ص 110.**

[xi]*-www.Moqatel.com/Openshare/Behoth/Fennon-Elam /SAHAFA/SEC083.HTM*

[xii] - **معتصم، محمد، (2000)،** "الثورة الرقمية وحرفة الأدب"، متوافر على:

?Action= library &type=on 1&and.title=102 www.araberiters.com

[xiii]- - *http;//www.sehetna.com/pages.php/?pageID=2180*

* - لمزيد من التفصيل ادخل موقع:

http://www.Sehetna.com/pages.php?PageID=2180

[xiv] - **نصر، حسني محمد ، (2007)**، "المدونات الإلكترونية ودعم التعبير عن التعددية في العالم العربي"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، المجلد الثامن، العدد الثالث، ص 9، 15، 18، 19.**

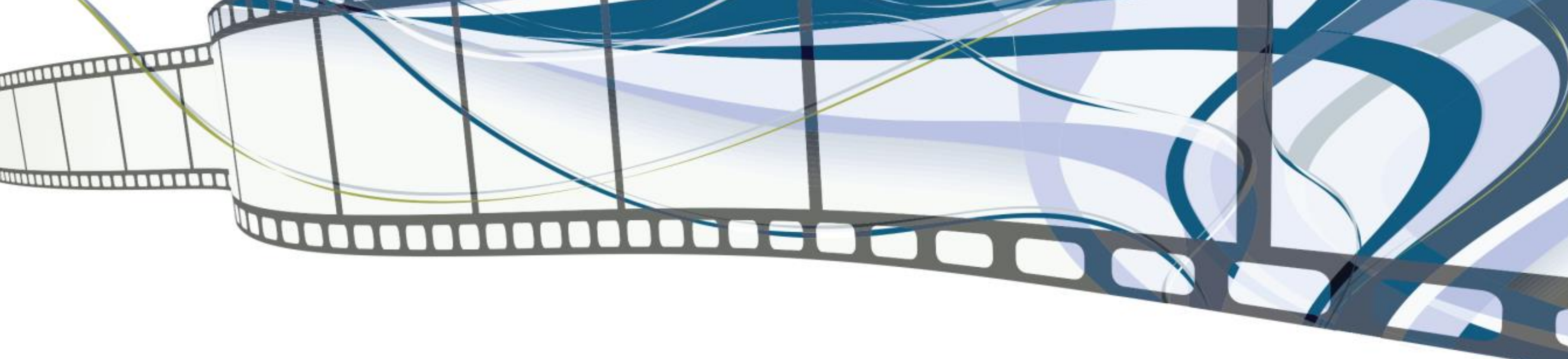
[xv] - **الفرم، خالد، (2008)**، "الصحافة الإلكترونية الفلسطينية والغرق في التقليدية"، في: www.odabasham.net

[xvi] - **ويس، نسرين، (2008)**، مجلة دنيا الأطفال الإلكترونية، دراسة استطلاعية استكشافية www.doniaalatfal"، **بحث مقدم لاستكمال أوراق التسجيل للماجستير، إشراف: د نهلة أبو رشيد، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة دمشق.**

[xvii] - **خلوف، محمود،** (د.ت) "الصحافة الإلكترونية الفلسطينية والغرق في التقليدية"، في: www.odabasham.net

- ويس، نسرين، مرجع سابق.

[xviii] - **يونس، محمد، (2002)**، "الأنترنيت كوسيلة اتصالية في مجال الشؤون الإسلامية، دراسة للمواقع الإسلامية المدعمة باللغة العربية على الشبكة"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثالث، العدد 3، ص 130.**



الوحدة التعليمية الثامنة

الإعلان والعلاقات العامة عبر الانترنت

الاهداف التعليمية:

- بعد نهاية هذه الوحدة التعليمية ينبغي على الطالب ان يتقن ما يلي:

1. **امتلاك خلفية معرفية جيدة عن** فعالية الانترنت كوسيلة إعلانية
2. اطلاع شامل حول **العوامل التي ساعدت على ظهور الإعلان الإلكتروني**
3. امتلاك خلفية معرفية جيدة حول **مميزات الإعلان الإلكتروني**
4. امتلاك خلفية معرفية عن **أنواع الإعلان الإلكتروني** وامتلاك القدرة على التفريق بينها.
5. الإطلاع على **معوقات انتشار الإعلان الإلكتروني في الوطن العربي**
6. **امتلاك خلفية معرفية تاريخية جيدة عن** مفهوم العلاقات العامة عبر الانترنت
7. **التعرف على** أبرز المهارات الجديدة لمسؤولي العلاقات العامة عبر الانترنت
8. **اطلاع شامل حول** الوسائل الاتصالية الجديدة المستخدمة في العلاقات العامة عبر الانترنت
9. **التعرف على** خطوات التواصل بين مسؤول العلاقات العامة و(الجمهور) عبر الانترنت
10. التمكن من تحديد **الاعتبارات الخاصة بإنشاء موقع الويب من وجهة نظر العلاقات العامة**
11. الإطلاع على **أساليب "المؤسسة" في استخدام الانترنت لتحقيق أهداف العلاقات العامة**

الكلمات المفتاحية

الإعلان التجاري، الحملات الترويجية، فعالية الانترنت كوسيلة إعلانية، أهمية الأنترنيت كوسيلة تسويقية، العوامل التي ساعدت على ظهور الإعلان الإلكتروني، مميزات الإعلان الإلكتروني، أنواع الإعلان الإلكتروني، (إعلان الراية أو الشريط الإعلاني (الثابت والمتحرك) ، إعلان الفواصل أو إعلان الرعاية، إعلان القائمة البريدية، الإعلان المبوب، إعلان القسائم، الإعلان المباغت أو المفاجئ، الإعلان الثري، إعلان الزر أو العلامة، الإعلان الدال أو الكلمة المفتاح)، الأساليب التسويقية المستخدمة عبر الانترنيت، معوقات انتشار الإعلان الإلكتروني في الوطن العربي.

مفهوم العلاقات العامة والانترنيت، الدور الجديد للعلاقات العامة عبر الأنترنيت، المهارات الجديدة لمسؤولي العلاقات العامة عبر الأنترنيت، صفات خبير العلاقات العامة، أهم المهارات الإبداعية لمسؤول العلاقات العامة، الوسائل الاتصالية الجديدة المستخدمة في العلاقات العامة عبر الانترنيت، خطوات التواصل بين مسؤول العلاقات العامة و(الجمهور) عبر الانترنيت، الاعتبارات الخاصة بإنشاء موقع الويب من وجهة نظر العلاقات العامة، أساليب "المؤسسة" في استخدام الانترنيت لتحقيق أهداف العلاقات العامة.

تمهيد:

يتحرك الإعلان التجاري **نجاحا وفشلا، مدا وجزرا، صعودا وهبوطا، في إطار الوسائل الإعلانية (من صحافة** ورقية **تقليدية، وقنوات** إذاعية **بطلها** الصوت، **وقنوات** تلفزيونية **أرضية وفضائية بطلتها** الصورة، **ومواقع إلكترونية تجتاح العالم بما تتمتع به من** مغريات البحث والسرعة والانتشار وتقنيات الصوت والصورة، والإفلات من قبضة الرقيب)**، من حيث أرقام التوزيع والانتشار والبث والمنافسة فيما بين هذه الوسائل.**

ويمثل العائد المادي **من الإعلان مصدر دخل أساسي بالنسبة لكل وسائل الإعلام، يصل أحيانا إلى (90%) من الدخل العام للوسيلة**[i]**، ومن مصلحة كل معلن أن يقوم بالإعلان عن منتجه أو خدمته بالوسيلة الإعلانية الأكثر انتشارا، لأن الانتشار معناه** خفض تكلفة الإعلان للوصول إلى كل مستهلك محتمل.

وهكذا بقي الإعلان على مدى تاريخه من نشأته إلى اليوم الحاضر مصدر جذب وتنافس شديد بين الوسائل الإعلانية المختلفة **التي تتسابق لخطف اهتمام المتلقين والمعلنين في آن معا.**

وبدأت الحملات الترويجية **في الظهور على الانترنت بشكل متزايد من عام 1994، وهو نفس العام الذي دخلت فيه الانترنت المجال التجاري،** أي أن خدمات الانترنت بدأت تتحول من خدمات غير تجارية لا تهدف إلى الربح إلى خدمات تجارية تهدف إلى تحقيق المكاسب[ii].

وساهم دخول الانترنت كوسيلة إعلامية وإعلانية في:

1. **تأجيج هذا الصراع الدائر بين الوسائل الإعلانية.**
2. **مضاعفة حجم المنافسة كما ونوعا أضعافا كثيرة، خاصة أن الوسيلة الإعلانية الجديدة تحظى فعليا بكل مزايا المطبوع والمسموع والمرئي في آن واحد.**

ورغم أن حصة الأنترنت من سوق الإعلان ما زالت متدنية بشكل عام – خاصة في الوطن العربي– إلا أن تقدمها في هذا المجال متسارع **بشكل يومي ولافت للنظر، ويمثل وضعا مقلقا ومخيفا يعيشه القائمون على الوسائل الإعلانية الأخرى.**

أولا- فعالية الانترنت كوسيلة إعلانية:

توصلت الدراسة الاستكشافية التي قام بها كل من لوج هانج وجون ستانرز (1998) لتحديد فعالية الانترنيت كوسيلة إعلانية وتسويقية مقارنة بالوسائل الإعلانية التقليدية (الراديو، التلفزيون، الصحف، المجلات، البريد المباشر، نوافذ العرض، التسويق المباشر) إلى[iii]:

1. **قدرة الانترنيت على الوصول إلى الجمهور المستهدف بأقل تكلفة ممكنة.**
2. **قدرة الانترنيت على نقل المعلومات في نفس وقت حدوثها، بالإضافة إلى تزويد الجمهور بمعلومات تفصيلية كاملة عن الشركة ومنتجاتها وخدماتها.**
3. **تركز الانترنيت كوسيلة اتصال على الجوانب والاستمالات المنطقية، بعكس التلفزيون الذي يركز على الجوانب والاستمالات العاطفية.**
4. **تعد الانترنيت أكثر فعالية من التلفزيون والصحف والمجلات وإعلانات الطرق في الحث على القيام بسلوك ما.**
5. **تعتبر الانترنيت أكثر فعالية من الوسائل التقليدية في تحقيق الأهداف التسويقية والترويجية على المدى القريب أو البعيد.**
6. **تعتبر الانترنيت أقل الوسائل فعالية في المحافظة على انتباه الجمهور المستهدف للمضمون مقارنة بإعلان الطرق التي تعد من أفضل الوسائل من حيث قدرتها على استخدام أدوات جذب الانتباه.**

كما توصل سامي طايع في دراسته[iv] إلى أن ما يميز الانترنيت كوسيلة ترويجية عدة مزايا أهمها:

1. **التكلفة المنخفضة.**
2. **إمكانية التعديل والتعبير بشكل مرن.**
3. **خلق صورة ذهنية جيدة عن الشركة والمنتج.**

4. **وسيلة فعالة وسريعة.**

5. **إمكانية التعرف على رد فعل العملاء.**

6. **إمكانية البيع المباشر.**

7. **اكتساب الخبرة.**

8. **إمكانية التعرف على حجم الجماهير التي تزور الموقع ووقت الزيارة والزمن الذي يستغرقه الزائر وتاريخ الزيارة وبلد الزائر، الأمر الذي يعطي المعلنين ميزة هامة تمكنهم من التعرف على نوع وحجم الجماهير التي تصل إليهم الرسائل الترويجية الإعلانية.**

وتوصلت سلوى العوادلي [٧] **إلى** أهمية الأنترنيت كوسيلة تسويقية من جانبين:

- الجانب الأول: بالنسبة للمستهلك حيث يتجلى فيها: توفير الوقت والجهد، حرية الاختيار، خفض الأسعار، رضا المستخدم.

- الجانب الثاني: بالنسبة للشركات التجارية المختلفة حيث يتجلى فيها: تسويق أكثر فاعلية وأرباح أكثر، تواصل فعال مع الشركاء والعملاء، التكلفة المنخفضة.

ثانيا– العوامل التي ساعدت على ظهور الإعلان الإلكتروني:

1. **زيادة أعداد أجهزة الكومبيوتر المنتشرة في المنازل.**

2. **الانتشار الجماهيري للانترنيت، وسهولة استخدامها والتعامل معها لدى قطاعات واسعة من الجماهير.**

3. **توافر أجهزة مودم سريعة تمكن المتصفح من الدخول إلى المواقع الغنية بالصور والمعلومات، كما تساعد المعلنين على كثرة الإنتاج وبث المعلومات.**

4. **قلة شروط النشر والإعلان عبر الانترنيت، فليس من الضروري أن تكون الشركة المعلنة كبيرة، أو أن تكون لدى المعلن خلفية ثقافية معينة حتى يقوم بالإعلان عن منتجاته أو خدماته عبر الانترنيت.**

5. **اتساع حجم السوق العالمية وسياسة السوق المفتوح والتطور التكنولوجي الذي أدى إلى ربط التجارة بشبكات الانترنيت.**

ثالثا- مميزات الإعلان الإلكتروني[vi]:

1. **رخص تكاليف الإعلان عبر الانترنيت مقارنة بالوسائل الأخرى.**

2. **الحجم اللامحدود للتغطية الجغرافية لشبكة الانترنيت Wide Geographic Coverage ، وبالتالي يكون حجم التعرض لها أكبر من أي وسيلة إعلانية أخرى، ما يعني امتداد مساحة ورقعة انتشار وتأثير الإعلان ليتعدى الحدود الدولية ويصل إلى أسواق لا تتيحها الوسائل الإعلانية التقليدية الأخرى بسهولة.**

3. **عدم تقيد المعلن نسبيا بالمساحة الزمنية أو المكانية للإعلان، فيكفي النقر على شريط ضيق للرسالة الإعلانية لتظهر للمتصفح معلومات وصور وتفاصيل أكثر عن السلعة.**

4. **تحقق التفاعلية المباشرة Interactive بين البائع والمستهلك المحتمل.**

5. **سهولة تغيير الرسالة الإعلانية وتعديلها وتحديثها باستمرار.**

6. **يضفي إعلان الانترنيت على الشركة المعلنة وضعا تسويقيا متميزا وصورة ذهنية مرغوبة.**

7. **استخدام تقنية وتكنولوجيا الوسائط المتعددة Multi-Media تصنع عرضا إعلانيا جذابا ومشوقا للمستهلك المحتمل، جامعا فيه مزايا الوسائل الإعلانية الأخرى الكبرى من صحافة وإذاعة وتلفزيون معا.**

رابعاً– أنواع الإعلان الإلكتروني:

ظهرت نماذج إعلانية عديدة أفرزتها شبكة الانترنيت ومواقع الويب، من أبرزها(vii):

1. إعلان الراية أو الشريط الإعلاني (الثابت والمتحرك) Banner advs:

وهو أكثر الأشكال الإعلانية شيوعا واستخداما على شبكة الانترنيت والأكثر شبها بإعلانات الصحف الورقية، وهو عبارة عن شريط مساحته بين 5% و10% من مساحة شاشة الكومبيوتر، ويوجد في أعلى أو أسفل صفحة الويب، وقد كان هذا الإعلان سابقا ثابتا أما اليوم فقد تطورت التقنيات المستخدمة فيه بحيث أصبح يمتاز بالحركة والفاعلية حيث يستطيع المتصفح من خلال النقر عليه Click through إلى الوصول إلى موقع الشركة لأن الإعلان يكون مربوطا معها، أو مع أية مواقع يريدها المعلن.

2. إعلان الفواصل أو إعلان الرعاية: *Sponsoring*:

التي تزدهر ازدهارا كبيرا، وتأخذ أكثر من شكل مثل الرعاية المباشرة للمواقع التي يتكفل الراعي لها بتغطية جزء من تكلفة الموقع لقاء تضمين زر ربط إعلاني في صفحات المواقع التي يرعاها، والموقع من خلال إعلان الفواصل يشكل جزءا من محتويات مواقع أخرى بصورة تفاعلية مبنية على تفضيلات المتصفح، ونوعية المعلومات التي يبحث عنها، ونمط تصفحه، وفيه لا تبرز هوية المعلن بشكل مباشر.

3. إعلان القائمة البريدية: *Spamming*:

وتكون غالبا مجانية، وتزداد فيها أهمية الإعلان بمعدلات كبيرة وتتجه الكثير من الشبكات العالمية حاليا لاستخدامها في الوقت الذي تزداد فيه نسبة المقبلين على خدماتها في أوساط الشركات المعلنة، ويقوم المعلن هنا باختيار مجموعة من العناوين البريدية ويصنع قائمة بها ويقوم بإرسال مئات أو آلاف

الرسائل دفعة واحدة بتكلفة تكاد لا تذكر، ويرى فيه البعض اعتداء على خصوصية المتصفح الذي قد لا يرغب باستقبال رسائل إعلانية عبر بريده الإلكتروني، أو لا يكون ضمن الفئة المستهدفة بالإعلان.

4. الإعلان المبوب: *Classified*:

تقدم المواقع الإلكترونية المختلفة الإعلانات المبوبة عن الوظائف والسيارات والعقارات والمفقودات وغيرها...، وهي تقدم للمتصفح المزايا نفسها التي تقدمها الصحف اليومية الورقية مثل النشر المجاني، وتزيد على ذلك بإغرائه من خلال سهولة البحث عن الخدمة أو السلعة المطلوبة فقط من خلال إدخال الكلمة المراد البحث عنها ثم الحصول على خيارات عديدة.

5. إعلان القسائم: *Coupons*:

يشبه الإعلان المبوب كثيرا خصوصا من جهة سهولة البحث عن السلع المخفضة والمسابقات والجوائز والعروض الخاصة وغيرها...

6. الإعلان المباغت أو المفاجئ: *Pop-Up*:

وهو من النوع المتطفل الذي يظهر للمتصفح فجأة حيث يكون هذا الإعلان مرتبطا بوقع معين أو بصفحة معينة ويدوم لثوان قليلة ثم يختفي، أو تظهر عليه علامة معينة (×) أو (close) تشير إلى إغلاقه.

7. الإعلان الثري:

هو الإعلان الذي يستفيد من الإمكانيات المتعددة على الانترنيت، ويتم تصميمه باستخدام برامج معينة مثل (Java)، ولديه القدرة الإضافية للقيام بشكل من أشكال التفاعل مع متصفح الانترنيت، وتستخدم الإعلانات الثرية الأصوات حيث يتم حفظ مقطوعة صوت معينة في أي ملف وعندما ينقر المستخدم على

الإعلان يشتغل ملف الصوت، وتتمثل الميزة التسويقية لهذا النوع من الإعلان في قدرته على تقديم معلومات إضافية للعملاء عقب النقر على الإعلان(viii).

8. إعلان الزر أو العلامة: *Button*:

وهو عبارة عن زر أو علامة معينة تكون في مكان معين من الصفحة وتشير إلى اسم شركة معينة، وما إن يضغط المتصفح عليها حتى تأخذه إلى موقع الشركة أو أحد منتجاتها.

9. الإعلان الدال أو الكلمة المفتاح: *Keyword*:

في هذا الإعلان يشتري المعلن من موقع بحث معين وليكن (*Google*) كلمة معينة أو مجموعة كلمات تدل على منتجه، وما إن يقوم المتصفح بالبحث عن هذه الكلمة حتى يظهر له إعلان يشير إلى الشركة المعلنة.

وبغض النظر عما يختاره المعلن من الأنواع السابقة لبث إعلانه فإنه لابد من أن يحرص على تمتع الإعلان بـ :

- **وجودة مادة بصرية جذابة، سهلة الرؤية، سريعة التحميل.**
- **قصر الرسالة الإعلانية الظاهرة ووضوحها.**

خامسا– الأساليب التسويقية المستخدمة عبر الانترنيت:

إن التسويق والتجارة الإلكترونية عبر الانترنيت لا تعني فقط إنشاء موقع يتضمن بعض المنتجات للبيع، ولكنها تعني استخدام قوة المعلومات الرقمية لدراسة رغبات وأذواق واحتياجات المستهلكين للسلع والخدمات بكافة أنواعها على المستوى المحلي والدولي والاستجابة لهذه الرغبات[ix]، وتقديمها للعميل أيا كان موقعه في أسرع وقت وبتكلفة أقل من أساليب التسويق التقليدي، والأهم أن يتم ذلك بأسلوب آمن لكل المشاركين في عمليات التبادل التجاري عبر أساليب أهمها [x]:

1. **التسويق عبر البريد الإلكتروني.**
2. **التسويق بمجموعات الأخبار.**
3. **المطبوعات الإلكترونية.**
4. **العروض المجانية والتخفيضات.**
5. **رعاية الأحداث المهمة.**
6. **الإعلانات.**

سادسا– معوقات انتشار الإعلان الإلكترونى فى الوطن العربى:

أثبتت دراسات السوق في الولايات المتحدة الأمريكية أن المطبوعات العامة منها والخاصة استفادت إعلانيا من انتشار المواقع الإلكترونية المختلفة على شبكة الانترنيت.

كما قفز حجم الإنفاق الإعلاني على الانترنيت من (1,9) مليار دولار عام 1998 إلى (4,6) مليار دولار في نهاية العام 1999، أما المواقع الإخبارية فقد نمت حصتها من هذا الإنفاق من (152) مليون دولار عام 1998 إلى 358 مليون دولار في نهاية العام 1999.

أما بالنسبة للعالم العربي فمن المتوقع أن تشهد الصحف اليومية الورقية وضعا صعبا ناتجا عن:

1. **اختلال في التوزيع.**

2. تراجع في دخل الإعلان.

3. ظهور الفضائيات.

4. ظهور وتأثير الأنترنيت.

5. تطور وسائل متخصصة للإعلان مثل الجداريات واللوحات الإعلانية على جوانب الطرق والتسويق المباشر.

أدت كل الأسباب السابقة إلى إعادة توزيع (الكعكة الإعلانية) أي ما ينفق على كافة وسائل الإعلان (والتي تقدر حجمها في الوطن العربي بحوالي ملياري دولار سنويا)، وتشير آخر الأرقام المستقاة من تقرير لمؤسسة بارك التي تنشر دراسات حول "الإعلان في العالم العربي" إلى أن حجم الإنفاق الإعلاني الكلي خلال عام 1999 بلغ (1964) مليون دولار كانت حصة الصحف منه 42%، التلفزيون 38%، المجلات 15%، الراديو 2%، اللوحات الطرقية 3%، أما الأنترنيت فإن ما ينفق عليها من الإعلان في العالم العربي حتى اليوم لا يزيد عن أكثر من نصف بالمائة من إجمالي الإنفاق السنوي الإعلاني على أحسن تقدير.

ويمكن إجمال أهم معوقات انتشار الإعلان الإلكتروني في الوطن العربي في[xi]:

1. رداءة نوعية الاتصال من حيث بطء الشبكة الإلكترونية وخطوط الاتصال في العالم العربي.

2. النقص في جاهزية مواقع الويب في البلاد العربية لتخدم الإعلان.

3. عدم تفهم شركات الإعلان لأهمية الإعلان الإلكتروني.

4. عدم كفاية أعداد مستخدمي الانترنيت.

5. نقص الوعي العام بدور وأهمية الانترنيت تجاريا.

6. عدم وجود مواقع إلكترونية لكثير من الشركات الاقتصادية والتجارية ورجال الأعمال.

7. **عدم تخصيص ميزانيات إعلان في مواقع الانترنيت.**

8. **عدم تبني التجارة الإلكتروني وممارستها بالشكل اللائق من قبل المختصين.**

9. **التكلفة العالية للإعلان الإلكتروني.**

العلاقات العامة عبر الأنترنيت:

أولا- مفهوم العلاقات العامة والانترنيت

ثانيا- المهارات الجديدة لمسؤولي العلاقات العامة عبر الأنترنيت

ثالثا- الوسائل الاتصالية الجديدة المستخدمة في العلاقات العامة عبر الانترنيت

رابعا- خطوات التواصل بين مسؤول العلاقات العامة و(الجمهور) عبر الانترنيت

خامسا- الاعتبارات الخاصة بإنشاء موقع الويب من وجهة نظر العلاقات العامة

سادسا- أساليب "المؤسسة" في استخدام الانترنيت لتحقيق أهداف العلاقات العامة(

أولا- مفهوم العلاقات العامة والانترنيت:

يتفق الباحثون والعاملون في مجال العلاقات العامة على اختلاف نشاطاتهم وتنوعها على أن العلاقات العامة هي "علم وفن تشكيل الرأي العام في الاتجاه المطلوب بالطرق التي تراعي مصالح (الجمهور) الرأي العام"[(xii)].

وتحتاج العلاقات العامة في ممارستها لأنشطتها المختلفة إلى وسيلة فعالة لتسليم المعلومات والتعرف على الجمهور والشركات والاتصال بهم، واستطاعت (الانترنيت) كوسيلة اتصال إلكترونية بكل ما تتضمنه من مزايا من تمكين مسؤولي العلاقات العامة من القيام بأدوارهم بنجاح أكبر وزيادة فرص مؤسساتهم في التأثير والإقناع شكلا ومضمونا.

وينبع التحدي الكبير الذي يواجه العلاقات العامة ليس ما يحدث وإنما ما يتوقع حدوثه قبل وقوعه لكي تؤدي واجبها في توعية الأفراد وفي التعليم وفي التوجيه العام، ويوفر الأنترنيت للعلاقات

العامة فرصا فريدة في البحث وسرعة الحصول على المعلومة وتحليلها ما يساعدها على التنبؤ والتفسير وإدارة السلوك المجتمعي[xiii].

كما أحدثت الانترنيت ثورة هائلة في عالم العلاقات العامة فلم يقتصر تأثيرها على تغير طرق التواصل التي يتبعها المتخصصون في هذا المجال فحسب، بل ساعدت أيضا على تغيير ملامح هذه العلاقات تغييرا كليا وجزئيا[xiv].

ويتمثل الدور الجديد للعلاقات العامة عبر الأنترنيت في[xv]:

1. **عمليات التخزين والبحث عن المعلومات والنقل السريع لها.**
2. **القدرة الفائقة على التشخيص وحل المشكلات.**
3. **سرعة اختيار مجموعات الجماهير المستهدفة من القوائم البريدية والوصول إليها بيسر.**
4. **تنمية مهارات مسؤول العلاقات العامة.**

ثانيا– المهارات الجديدة لمسؤولي العلاقات العامة عبر الأنترنيت:

اتسعت مهنة العلاقات العامة متجاوزة وظائفها الاتصالية التقليدية، وأصبحت وظيفة أكثر استشارية في طبيعتها تتطلب سياسة تغيير الذات منها الاهتمام بالتكنولوجيا الحديثة اهتماما علميا لتتمكن من تزويد الإدارة بنتائج ملموسة لأنشطتها، كذلك تحتاج المؤسسات في العصر الحالي أكثر من أي وقت مضى إلى التجدد الذاتي للأسباب[xvi]:

- **مواجهة العولمة.**
- **تحسين صورتها بالاستخدام الجيد والرشيد للانترنيت لتحقيق أهدافها التنظيمية.**

ووفرت الانترنيت فرصا كبيرة لتوظيف المهارات الإبداعية للعاملين في مجال العلاقات العامة، كما وفرت لهم أدوات وتقنيات اتصالية جديدة، حيث ساعدت التكنولوجيا موظف العلاقات العامة على استخدام كثير من الطرق في إجراء الاتصالات بشكل متعمق، كما أعطت المرونة والثقة والجاذبية والراحة للمستخدمين والعاملين في العلاقات العامة.

وإذا كان بيرنز *Bernays* أبرز إحدى عشر صفة عامة يجب أن يتمتع بها خبير العلاقات العامة هي[xvii]:

1. **الطباع القوية والنزاهة والاستقامة.**
2. **العقل السليم والمحاكمات المنطقية.**
3. **القدرة على التفكير بإبداع بعيدا عن القولبة.**
4. **الإخلاص والحصافة.**
5. **الموضوعية.**
6. **الاهتمام الشديد بحل المسائل.**
7. **الإعداد الثقافي الواسع.**
8. **حب الاستطلاع.**

فإن ما سبق لا يكفي إلا في ظل تعلم وإتقان أهم المهارات الإبداعية التي يحتاجها مسؤول العلاقات العامة لمساعدته على ممارسة نشاطاته بشكل أفضل على الانترنيت وأهمها[xviii]:

1. **معرفة كيفية التجول عبر الشبكة.**
2. **إنشاء مكتبات بالمصادر التي يمكن الاعتماد عليها.**
3. **إتقان طرق التفاعل مع المواقع المختلفة.**
4. **معرفة مدى شهرة الموقع، ومحتواه، وجمهوره.**
5. **إتقان مهارة البحث عن المواقع والعثور عليها.**
6. **اكتساب مهارة إنشاء موقع إلكتروني، وإنشاء صفحات وكيفية تحميلها على الشبكة.**

ثالثا– الوسائل الاتصالية الجديدة المستخدمة فى العلاقات العامة عبر الانترنيت:

- البريد الإلكتروني.
- المجموعة الإخبارية.
- صفحات الويب.
- الرسائل الفورية.
- قوائم البريد على الانترنيت.
- الدردشة.
- لوحة الإعلانات.
- البرامج التابعة.

رابعا– خطوات التواصل بين مسؤول العلاقات العامة و(الجمهور) عبر الانترنيت:

يسأل مسؤول العلاقات العامة نفسه هذا السؤال دائما من الذي سوف أتحدث إليه؟ ، وهناك تصنيفات وتجمعات شائعة للجماهير لدى معظم الشركات والمؤسسات تشمل: مشكلو الرأي، جماعات الضغط، وسائل الإعلام، المجتمع المحلي.

- أما أهم خطوات التواصل بين مسؤول العلاقات العامة و(الجمهور) عبر الانترنيت[xix] فهي:

1. **تحديد القضية أو الموضوع وثيق الصلة بين المنظمة والجمهور.**
2. **تحديد الجماهير النشطة والواعية والكامنة والجماهير غير المهتمة والتي لها علاقة بالقضية أو بجزء منها.**
3. **تحديد شكل الوجود المناسب على الشبكة.**
4. **تحديد الوسائل المناسبة لتحقيق الاستجابات المتوقعة من الجمهور.**

5. وفير إمكانية الوصول إلى المعلومات من داخل المنظمة وإدراجها على موقع الويب للوفاء باحتياجات الجماهير ذات الصلة.

6. القيام بعمليات تقييم للخطة الخاصة بالمنظمة والتي تؤثر على سمعتها.

7. تقييم العائد على رأس المال.

خامسا- الاعتبارات الخاصة بإنشاء موقع الويب من وجهة نظر العلاقات العامة:

تعتبر عملية تواجد المؤسسة على الشبكة من الأشياء المهمة لمهنة العلاقات العامة، وتعتبر نقاط ضعف حقيقية ومنذرة بالفشل أن لا يعرف مسؤول العلاقات العامة[xx]:

1. نوع المحتوى الذي يجب إدراجه في الموقع التابع للمؤسسة.

2. جداول أعمال الجمهور التي يجب التعامل معها.

3. التأثيرات الخاصة بمواقع الويب على المؤسسات.

وبالتالي فإن أي مسؤول في العلاقات العامة لابد له من اكتساب المهارات المتطورة وتحقيق الكفاءة للتعامل مع العالم التكنولوجي، ويجب على مسؤول العلاقات العامة عند تكليفه بإنشاء موقع الويب أن يتحلى بـ :

1. المصداقية.

2. القدرة على تأكيد الوعود بأن الموقع : (آمن، جدير بالثقة، مناسب، يحقق خصوصية، سريع، حديث).

3. الحرص على التعريف بمحتوى الموقع من حيث[xxi]:

- **مواصفات المنتج أو الخدمة (التصميم، آلية العمل، الخبرات).**
- **عملية تسليم الخدمة أو المنتج.**

- **كيفية إدارة إجراءات الشراء.**

- **مدى سهولة عقد الصفقات مع الشركة.**

- **إجراءات الدفع.**

- **طبيعة الضمانات.**

- **كيفية إدارة خدمة ما بعد البيع.**

سادسا– أساليب "المؤسسة" في استخدام الانترنيت لتحقيق أهداف العلاقات العامة[xxii]:

- **إرسال النشرات الإخبارية إلى مواقع الأعمال لتحقيق الترويج الفوري والواسع.**

- **إرسال المواد الإعلامية مباشرة على مواقع الرسائل الإخبارية والمجلات وبقية وسائل الإعلام.**

- **مراقبة مؤشرات الانترنيت عن المؤسسة.**

- **تلقي التفسيرات والتساؤلات المختلفة من المحررين وإمكانية الرد عليها.**

- **قراءة النشرات الإخبارية الخاصة بالمنافسين والموردين والعملاء الحاليين والمتوقعين.**

- **العمل على التواصل الدائم المستمر مع العملاء.**

- **عقد المؤتمرات عن بعد للتفاعل والنقاش.**

- **إجراء المحاضرات العلمية والتربوية وبرامج التسويق الاجتماعي.**

- **إجراء اللقاءات وجها لوجه من خلال الصوت والصورة مباشرة عبر الشبكة الرقمية للخدمات المتكاملة عبر موقع مؤتمر مرئي في أي مكان في العالم، دون إضاعة الوقت والجهد والمال، واستحداث خدمة الحركة لراحة العميل حيث يتم تزويده بوحدة متنقلة في مقر عمله للمؤتمرات المصورة بالفيديو.**

الخلاصة

تحت عنوان الإعلان والعلاقات العامة عبر الانترنت، **حاولنا تقديم صورة شاملة للإجابة عن هذا السؤال ..**

وتم إعداد هذا الفصل ليكون بمثابة جولة استكشافية من قسمين الأول خاص بالإعلان الإلكتروني، والثاني خاص بالعلاقات العامة.

سعينا في القسم الأول لتقديم المعلومات اللازمة لمساعدة الطالب على امتلاك خلفية معرفية تاريخية جيدة عن **فعالية الانترنت كوسيلة إعلانية**، ثم التعرف على **العوامل التي ساعدت على ظهور الإعلان الإلكتروني.**

كما عملنا على تقديم المعلومات الكافية لتمكن الطالب من الاطلاع الشامل حول **مميزات الإعلان الإلكتروني**، و**أنواع الإعلان الإلكتروني** وامتلاك القدرة على التفريق بينها.

ثم انتقلنا بعد ذلك إلى محاولة ترسيخ المعلومات المقدمة سابقا عبر الإطلاع على **معوقات انتشار الإعلان الإلكتروني في الوطن العربي.**

وسعينا في القسم الثاني لتقديم المعلومات اللازمة لمساعدة الطالب على امتلاك خلفية معرفية تاريخية جيدة عن مفهوم العلاقات العامة عبر الانترنت، **ثم التعرف على** أبرز المهارات الجديدة لمسؤولي العلاقات العامة عبر الانترنت

كما عملنا على تقديم المعلومات الكافية لتمكن الطالب من الاطلاع الشامل حول الوسائل الاتصالية الجديدة المستخدمة في العلاقات العامة عبر الانترنت

ثم انتقلنا بعد ذلك إلى محاولة ترسيخ المعلومات المقدمة سابقا عبر التعرف على خطوات التواصل بين مسؤول العلاقات العامة و(الجمهور) عبر الانترنت، **وأيضا التمكن من تحديد** الاعتبارات الخاصة بإنشاء موقع الويب من وجهة نظر العلاقات العامة، **وأخيرا الإطلاع على** أساليب "المؤسسة" في استخدام الانترنت لتحقيق أهداف العلاقات العامة.

تمارين

اختر الإجابة الصحيحة: في إعلان الزر يشتري المعلن من موقع بحث معين وليكن (*Google*) كلمة معينة أو مجموعة كلمات تدل على منتجه، وما إن يقوم المتصفح بالبحث عن هذه الكلمة حتى يظهر له إعلان يشير إلى الشركة المعلنة:

A- صح.

B- خطأ.

الإجابة الصحيحة B

اختر الإجابة الصحيحة: إن انتشار الإعلان معناه خفض تكلفة الإعلان للوصول إلى كل مستهلك محتمل:

A- صح.

B- خطأ.

الإجابة الصحيحة A

اختر الإجابة الصحيحة: يميز الانترنيت كوسيلة ترويجية عدة مزايا أهمها:

A- وسيلة فعالة وسريعة.

B- التكلفة المنخفضة.

C- خلق صورة ذهنية جيدة عن الشركة والمنتج.

D- إمكانية التعديل والتعبير بشكل مرن.

E- كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة E

اختر الإجابة الصحيحة: يمكن اعتباره من أنواع الإعلان الإلكتروني:

A- إعلان الراية

B- إعلان الفواصل.

C- إعلان القائمة البريدية.

D- الإعلان المباغت.

E- كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة E

اختر الإجابة الصحيحة: على خبير العلاقات العامة امتلاك القدرة على تأكيد الوعود بأن الموقع:

A- آمن

B- سريع وحديث

C- يحقق خصوصية

D- جدير بالثقة

E- كلها صحيحة

الإجابة الصحيحة E

اختر الإجابة الصحيحة: من الصفات التي يجب أن يتمتع بها خبير العلاقات العامة وفق *Bernays*:

A-العقل السليم والمحاكمات المنطقية.

B-الإخلاص والحصافة.

C-القدرة على التفكير بإبداع بعيدا عن القولبة.

D-الطباع القوية والنزاهة والاستقامة.

E-كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة E

المراجع

[i] – **العمار، أحمد، (2008)**، "الرسالة الإعلانية"، **دار لنا للخدمات الثقافية والطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، الطبعة الأولى، ص 155.**

[ii] - **طايع، سامي، (1997)**، "استخدام شبكات المعلومات "الانترنيت في الحملات الإعلامية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 2، ص 6.**

[iii] - **العوادلي، سلوى، (2002)**، "التسويق الإلكتروني في مصر، دراسة ميدانية على عينة من الشركات متعددة الجنسية في مصر"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 17، ص 71-72.**

[iv] - **طايع، سامي، (1997)**، مرجع سابق، **ص 6-7.**

[v] - **العوادلي، سلوى**، مرجع سابق، **ص 54-55-56.**

[vi] - **شفيق، حسنين، (2006)**، "الإعلام الإلكتروني"، **دار رحمة برس للطباعة والنشر، القاهرة، الطبعة الثانية، ص 118.**

[vii] - **العمار، أحمد**، مرجع سابق، **ص158- 159-160.**

[viii] - **العوادلي، سلوى**، مرجع سابق، **ص 64.**

[ix] - **حمادة، بسيوني إبراهيم، (2001)**، "دولة الإمارات العربية المتحدة وتكنولوجيا الاتصال، دراسة في الاتجاهات النظرية والتطبيقية"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد 2، ص 82.**

[x] - **العوادلي، سلوى**، مرجع سابق، **ص57 حتى 61.**

[xi] - **شفيق، حسنين**، مرجع سابق، **ص 124- 125.**

[xii] - **ميهوب، نزار، (2009)**، "مدخل إلى العلاقات العامة"، **الأكاديمية السورية الدولية للتدريب والتطوير SIA ، دمشق، ص 33.**

[xiii] - **الخاجة، مي، (2007)**، "استخدام شبكات المعلومات "الانترنيت" في مجال العلاقات العامة: دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الإماراتية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 27، ص 318.**

[xiv] - **فليبس، ديفيد، (2004)**، "العلاقات العامة عبر الأنترنيت"، **ترجمة: خالد العامري، دار الفاروق القاهرة، ص 12.**

[xv] - **الخاجة، مي**، مرجع سابق، **ص 338- 339.**

[xvi] - المرجع السابق نفسه، **ص 317.**

[xvii] - **ميهوب، نزار**، مرجع سابق، **ص 86.**

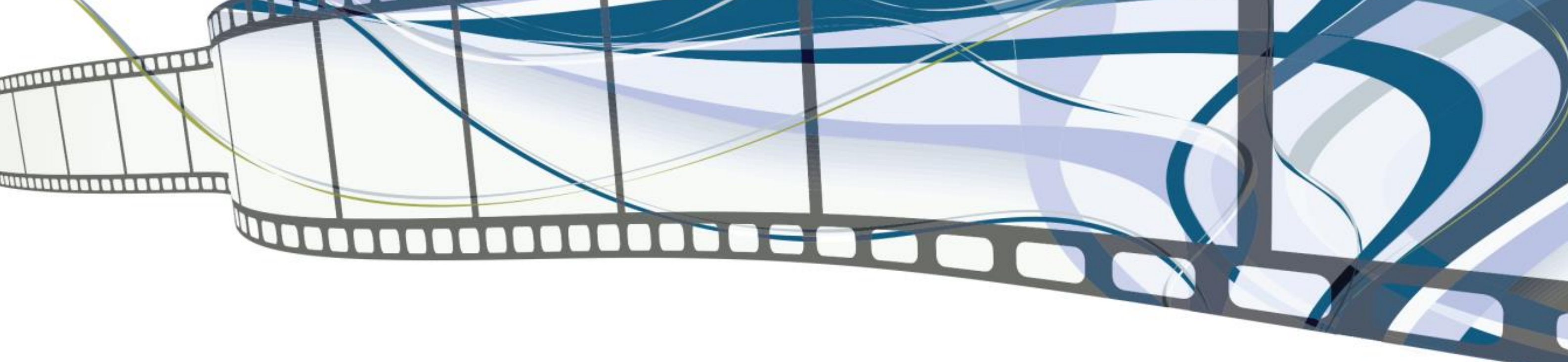
[xviii] - **فليبس، ديفيد**، مرجع سابق، **ص67.**

[xix] - **فليبس، ديفيد**، مرجع سابق، **ص 65.**

[xx] - **شفيق، حسنين**، مرجع سابق، **ص 158.**

[xxi] - المرجع السابق نفسه، **ص 160.**

[xxii] - **الخاجة، مي**، مرجع سابق، **ص 339 - 343.**



الوحدة التعليمية التاسعة

الصحافة الإلكترونية السورية

الاهداف التعليمية:

في نهاية هذه الوحدة التعليمية، ينبغي على الطالب ان يتقن بعد دراسة ما يلي:

1. **امتلاك خلفية معرفية جيدة عن** خصائص ومزايا الصحافة الإلكترونية **في سوريا**
2. اطلاع شامل حول **الإيجابيات ونقاط القوة** في الصحافة الإلكترونية السورية
   - **على الصعيد** السياسي
   - **على الصعيد** الاقتصادي
   - **على الصعيد** الثقافي
3. الإطلاع على **الجوانب السلبية ونقاط الضعف** في الصحافة الإلكترونية السورية
4. التمكن من تحديد **العوائق** التي تعترض مسيرة الصحافة الإلكترونية السورية
5. امتلاك خلفية معرفية جيدة عن **قوننة الإعلام الإلكتروني السوري**
6. امتلاك خلفية معرفية جيدة عن **التفاعلية** في الصحافة الإلكترونية السورية
7. التمكن من تحديد **ماذا قدَّم الإعلام الإلكتروني إلى سورية؟**

الكلمات المفتاحية

الساحة الإعلامية السورية، الجمهور السوري، مشكلات حقيقية، الحجب، ضعف التمويل، خصائص ومزايا الصحافة الإلكترونية، الرقابة، التقيد بقوانين النشر السورية، المحلية، الجغرافيا السورية، متابعة الأخبار، التحديث المستمر، استطلاعات الرأي والاستفتاءات، منابر إعلامية تعاونية، موقع مرصد نساء سورية، إغناء المحتوى الرقمي العربي مدونة وطن، مؤسسة دام برس الإعلامية، مدونة الموسيقى السورية، الجمعية العلمية السورية للمعلوماتية، الإيجابيات، ممارسة صحافة المواطن، الممارسة الديموقراطية، الجوانب السلبية، العوائق، قوننة الإعلام الإلكتروني السوري، قانون "التواصل مع العموم على الشبكة"، مديرو المواقع الإخبارية، التفاعلية، الإعلام الإلكتروني، تحسين الصورة الذهنية والمعرفية، رقابة جريئة، تغير الممارسة الإعلامية، المشكلة تقنية.

تمهيد:

منذ نشأة أول صحيفة إلكترونية على الانترنت في سورية مطلع القرن الحالي، بدأت الصحافة الإلكترونية بالبروز كمشروع يفرض نفسه بقوة على الساحة الإعلامية السورية، **حيث شكَّل حراكاً مجتمعياً أثّر تأثيرا ملموسا على شريحة كبيرة من القرّاء والمهتمين، وأخذ منحى متمايزاً عن وسائل الإعلام التقليدية.**

ولعل الانتشار الكبير للصحف والمواقع السورية وتزايدها بشكل سريع، أكبر برهان على تصاعد أهميتها وحاجة الجمهور السوري إلى هذا النمط الجديد من الإعلام، **إلا أن هذا التزايد في الكم مع عدم وجود مظلة قانونية فاعلة في سورية تنظم وتضبط آليات عمل هذا الوافد الجديد، أثار الجدل حول** صدقية **ما تقدمه هذه الصحف والمواقع من أخبار ومعلومات وتقارير... لكن لا تنفي هذه الصورة المهتزّة وجود صحف ومواقع رقمية جادة، قدّمت الكثير للجمهور الالكتروني على رغم ما تعانيه من** مشكلات حقيقية **من أبرزها** عقاب الحجب وضعف التمويل.

أولا- خصائص ومزايا الصحافة الإلكترونية في سوريا:

تتمتع الصحافة الالكترونية بمجموعة من المميزات والخصائص على صعيد النشر والمعلومة واستقطاب القراء وتوفير الجهد والمال على صاحب الصحيفة أو ممولها، من أهمها:

1. **أزاحت الصحافة الالكترونية** هم الرقابة **عن كاهلها، وأصبح بمقدور الصحفي نشر ما يشاء من خلف كمبيوتره دون أن يمر على الرقابة أو يخضع للقانون، حيث يمكن أن يكون مركز الصحيفة في ألمانيا وهي تنشر أخباراً عن سورية** دون التقيد بقوانين النشر السورية.
2. تخطت الصحافة الالكترونية حدود المحلية والجغرافيا السورية، **واستطاعت اجتياز الحدود والوصول إلى أبعد نقطة في هذا العالم عن طريقة شبكة الانترنت.**
3. **سهلت على المتلقي السوري** متابعة الأخبار **بحيث أصبحت تأتيه إلى منزله بدل أن يذهب هو لشراء الجريدة ومتابعة أخبارها وبالتالي** وفرت عليه الجهد والوقت والمال.

4. التحديث المستمر **بمعنى "الخبر المتجدد" حيث بإمكان العاملين في الصحيفة أن ينشروا معلومات متلاحقة عن نفس الخبر، تضاف إلى نفس المادة الخبرية الأساسية، كأن ينشر الصحفي خبراً عنوانه (آخر التطورات في سورية... الخبر متجدد).**

5. معرفة رأي الشارع السوري **(المتلقي) بقضية معينة من خلال ميزة** استطلاعات الرأي والاستفتاءات، **كأن تقوم الصحف بطرح سؤال على المتلقي (هل توافق على قرار .... للحكومة..)، ومن خلال الإجابات يمكن أن تنشر الوسيلة مادة إعلامية إحصائية وقد تكون ناقدة للقرار أو داعمةً له حسب نتائج الاستطلاع.**

6. **مكنت الصحافة الالكترونية من** خلق منابر إعلامية تعاونية **تحاكي قضايا إنسانية ومدنية كموقع** "**مرصد نساء سورية**".

7. **إمكانية** معرفة عدد قراء كل مادة صحفية تنشر في أي موقع سوري، **وبالتالي معرفة المواد التي تجذب القراء والتي لا يهتمون لها، ومعالجة أي مشكلة تكتشف في عملية النشر واستقطاب القراء أو تراجعهم عن متابعة أخبار الموقع.**

8. **على الصعيد العربي المساهمة في** إغناء المحتوى الرقمي العربي **على شبكة الانترنت، تجربة مدونة وطن نموذجاً www.esyria.sy**

9. **إمكانية** تضمين المادة نفسها على مفاتيح لمواد أخرى عن طريق الكلمات المرتبطة بتلك المواد، **كأن يذكر ضمن المادة** "**قانون الصحافة السورية**"**، ويكون بمقدور القارئ الضغط على جملة** "**قانون الصحافة السورية**" **لكي يذهب إلى رابط جديد ويقرأ نص القانون.**

10. ضم كافة وسائل الإعلام بين جوانب **الصحافة الإلكترونية، حيث أصبح هناك التلفزيون الالكتروني، الراديو الالكتروني، والصحيفة الالكترونية، وكلها من الممكن أن تكون بنفس الموقع (مؤسسة دام برس الإعلامية نموذجاً، www.dampress.net).**

11. **بعض المدونات تستخدم** المادة الفلمية كدليل توثيقي، **وهي توثق معارف معينة كالتراث اللامادي مثلاً والذي تقوم بتوثيقه "مدونة الموسيقى السورية" (مشروع توثيقي تتبناه مدونة وطن – الجمعية العلمية السورية للمعلوماتية).**

ثانياً– الإيجابيات ونقاط القوة فى الصحافة الإلكترونية السورية:

يرى الكثير من الباحثين والمهتمين أن الصحف والمواقع الإلكترونية السورية تحظى بالكثير من الإيجابيات والمناخ الواعد، حيث قدّمت للسوريين والعرب فرصة :

1. الوصول إلى معلومات إعلامية لم تكن متاحة من قبل.

2. **ساعدت التفاعلية الجمهور السوري على** ممارسة صحافة المواطن، **عِبر عملية تفاعلية وممارسة ديموقراطية.**

3. **أثبتت الصحافة الإلكترونية السورية خلال عمرها القصير، أنها** أفضل تمرين عملياً على الممارسة الديموقراطية **عبر نوافذ التصويت، ونظام تعليقات القرّاء وآرائهم حول المواد المنشورة على صفحات هذه الصحف.**

4. **وفّرت الصحافة الالكترونية السورية للمواطن السوري** متنفساً إعلامياً، **كما قدمت له فرصة لإثبات حضوره في الفضاء الافتراضي للإنترنت.**

5. **نقلت الصحافة الإلكترونية السورية** «الديموقراطية الشعبية» من مرحلة الشعارات إلى مرحلة التدريب والاكتشاف والممارسة المباشرة في النقاش العام.

6. **يعود للصحافة الإلكترونية السورية** فضل الترويج لسوريا **وتسويقها خارج حدودها الإقليمية بعد نصف قرن من فشل الإعلام الورقي السوري في عبور الحدود نحو القارئ العربي، وحققت تواصلا متميزا مع المغتربين السوريين مع الوطن الأم.**

1. على الصعيد السياسي:

أعطت الصحافة الإلكترونية السورية زخماً قوياً للحراك السياسي السوري **وأوجدت له فرصة للغناء خارج الكونشرتو الرسمي، فأقبلت الأحزاب والجماعات والقوميات على هذه الصحف التي وسعت النقاش فيما بينها كون كل طرف راح يسعى إلى تحسين بنية خطابه بالتوازي مع الطرف الآخر المنافس أو المعادي، مع اتفاق الجميع على وحدة الوطن السوري واحترام مكوناته الدينية والقومية.**

2. على الصعيد الاقتصادي:

انتقلت الصحافة الإلكترونية السورية من مرحلة مديح إيجابيات القطاع العام التي تخصصت بها الصحافة الورقية، إلى الإضاءة على القطاع الخاص ونشاطه وحيويته، **إضافة الى مناقشة حسناته وسيئاته وآراء مستثمريه وأفكارهم ورؤاهم حول مستقبل القطاع الخاص وأهمية تحريره من الوصاية الحكومية المباشرة عليه.**

كما عزّز الإعلام الإلكتروني روح المنافسة **بين التجار والصناعيين والمقاولين، كما أثار انتباههم إلى أهمية المنافسة في تسويق أعمالهم ومصالحهم، وغذى القطاع الخاص الصحف الإلكترونية بالإعلانات، نظراً لعدم وقوعها تحت سيطرة «المؤسسة العربية للإعلان» التي تقتطع ربع قيمة الإعلانات المنشورة في وسائل الإعلام السورية المطبوعة والمرئية...** يكفي أن صحف الإنترنت السورية غير خاضعة لنظام الترخيص بحكم كون شبكة الإنترنت جزءاً من فضاء عالمي لا يقع ضمن حدود سورية وقوانينها.

3. على الصعيد الثقافي:

وسعت الصحافة الإلكترونية معرفة السوريين بعضهم ببعض، وربطت بين البادية والريف والمدينة، **وتمكن المواطن السوري من خلالها من التعرّف أكثر إلى** الخلفيات الإثنية والدينية **التي تجمعه مع الآخر الذي كان يجهله تاريخياً وروحياً**، وصار المواطن يرى الحياة السورية بتعددها واتّساعها.

ثالثاً– الجوانب السلبية ونقاط الضعف في الصحافة الإلكترونية السورية:

1. **الارتجال وغياب الاستراتيجية الإعلامية التنويرية** لدى غالبية مؤسسي الصحف الإلكترونية.

2. **عدم وجود كيان مؤسسي وخبراء استشاريين** يدعمون تطور الصحف الإلكترونية.

3. **التعصب القطري** الذي يسم أغلب هذه الصحف، بدءاً من أسمائها والتي تبدأ أكثر من 60% منها باسم Syria وانتهاءً بضعف المحتوى العربي مقابل المحتوى السوري، وكأن أصحاب هذه الصحف ما زالوا محكومين بالحدود الجغرافية ومؤسسة توزيع المطبوعات المحدودة.

4. **ضعف المهنية وغياب الاختصاص** لدي أغلب مدراء هذه الصحف.

5. **التنوع وعدم التخصص** لدى أغلب هذه الصحف حيث تقدم خليطاً من المواد بحسب ما تجود به الدوريات المطبوعة مع استثناء بعض الصحف الإلكترونية الاقتصادية والسياسية.

6. **غلبة الأخبار المثيرة** مقابل ضعف المحتوى المعرفي والتنويري.

7. **الركاكة وضعف الصياغة وكثرة الأخطاء النحوية والإملائية** في المحتوى الإلكتروني.

8. **عدم احترام حقوق المؤلف وقوانين النشر** واستمرار القرصنة والسطو وغياب القوانين الناظمة والرادعة.

9. **مخالفة الدستور في نظام التعليقات وسهولة الإساءة إلى سمعة الأفراد والجماعات.**

10. عدم توخي الدقة والموضوعية وغلبة النزعات الشخصية، فالعديد من **المواقع لم تضف جديداً إلى الاعلام السوري، وتسعى لنشر أخبار «ملفقة» وّ «غير موثوقة» و «تهدف إلى التشهير والإساءة».**

11. التواكل على الصحافة الورقية: **بعض المواقع لا يفعل شيئاً سوى الاعتماد على الأخبار والمعلومات التي تنشر في الصحف الرسمية اليومية أو ما تنقله وكالة الأنباء السورية «سانا» من دون الاشارة إلى مصدر المعلومة في أغلب الأحيان، ما يجعلها «نسخة» عما ينشره الآخرون.**

12. **يلاحظ متتبعو الصحافة الإلكترونية في سورية أنها** فشلت في المجال الثقافي، كما عجزت عن نشر الثقافة وطنياً، **وتتراوح أسباب ذلك بين ضعف الجدوى الاقتصادية وقلة الاهتمام الشعبي بذلك النوع من الصحافة الرقمية، التي ظلت أسيرة الصحافة المطبوعة وبنية خطابها الكلاسيكي، كما يلاحظ قلة الصحف الإلكترونية الثقافية التي يغلب عليها التوجه الفني والتاريخي أكثر من الجانب البحثي والأدبي كما أن أخبارها أسيرة نشاطات العاصمة دمشق.**

13. **غياب التنسيق وتبادل الخبرات** بين الصحف الإلكترونية السورية وهي على الأغلب **مشاريع فردية** تشبه أصحابها في نقاط ضعفهم وقوتهم.

14. الاهتمام بالإعلان: **تبدو بعض المواقع كأنها تهتم بالعائد المادي أساسا، عِبر صناعة الإعلانات، ويظهر نتاجها أنها لا تمتلك رؤية إعلامية محددة حيث يسود التجميع والاقتباس في أحسن الأحوال بعيدا عن أي مهنية.**

رابعاً: العوائق التي تعترض مسيرة الصحافة الإلكترونية السورية:

كثيرة هي العوائق التي اعترضت هذه الصحافة الوليدة وبدأت مسيرتها بالعقبات الأشهر:

- التضييق عليها وحجب بعض المواقع.
- ضعف التمويل.
- عدم اعتراف المؤسَّسة العربية للإعلان بها كمؤسَّسة إعلامية تتقاضى أجور الإعلان **أسوة بوسائل الإعلام التقليدية.**
- إلا أن العائق الأكبر يتمثل في سطوة الرقيب، **واذا غِاب الرقيب التقليدي عن الإعلام الإلكتروني إلا أن** القيود هي نفسها **وشبح الرقيب الذاتي الذي يمارسه الإعلامي على نفسه بقسوة ودقة .. ما تزال هي السائدة ... فالناشر الإلكتروني يعي تماماً القيود المفروضة على الإعلام التقليدي أو "الرسمي" والخاص المطبوع، ولكن ثمة نقطة مهمة هي أنَّ البيئة الحاملة للإعلام بشكل عام في سورية هي ذاتها، أما الاعتقاد أنَّ ما يُنشر في المواقع السورية الإلكترونية** أكثر جرأة وحرية **مما يُنشر في الصحف،** فهذا مجرَّد كلام، لأنَّ البيئة هي ذاتها، وكلَّ شيء مسموح وممنوع، والأمر منوط بطبيعة المراقب ومستوى ثقافته وشجاعته.

خامساً- قوننة الإعلام الإلكتروني السوري:

من اللافت أن النشاط الإعلامي الإلكتروني لا يغطّيه إطار قانوني حتى الآن، قانون ينظّمه ويحدّد الحقوق والمسؤوليات، ويفرق بين نشر الحقائق والوقائع المثبتة، وبين التشهير والتزوير، وصولا إلى حماية الصحفيين العاملين، وتعكس وجهات نظر بعض مديري المواقع السورية الشهيرة كيف بإمكانهم العمل في ظل هذا الوضع:

1. (عدم وجود قانون ينظّم عمل الإعلام الإلكتروني يجعل البعض يعتقد أنَّ هذا الإعلام يعمل دون ضوابط مهنية، وهذا اعتقاد خاطئ، فهناك جهات رقابية تتابع الإعلام الإلكتروني وتتدخَّل في حال حصول أي تجاوز للخطوط الحمراء، ولكن هذا التدخل يتمُّ بشكل غير مقونن، ما يشكّل إرباكاً في بعض الأحيان للقائمين على هذا الإعلام). **(موقع داماس بوست).**
2. (**الحدود التي تحكم فريق العمل تعتمد** الضوابط المهنية والأخلاقية والاجتماعية، والاعتماد على صحفيين محترفين، وسياسة الموقع هي الالتزام بالاستقلالية والمصداقية والرأي والرأي الآخر)، **(سيريان دايز).**
3. (أعطيت لنفسي بُعداً وإطاراً قانونياً، لأنَّ لدي مشروعاً، ولأنني ملتزم بالقانون وبأخلاقيات العمل، وليس لدي خلفيات ملتبسة، بل خلفيات مهنية محضة). **(المرصد السوري للإعلام والأعمال).**

قانون "التواصل مع العموم على الشبكة":

- **أعدّت وزارة الاتصالات أخيراً وبالتعاون مع وزارة الإعلام، مشروع قانون حمل عنوان «قانون التواصل مع العموم على الشبكة»، وصفه المسؤولون بأنه يهدف إلى** تشجيع المواقع الإلكترونية ذات الهوية السورية، عِبر تقديم امتيازات وتسهيلات لها مقابل تحمل مسؤوليتها في النشر عبر الانترنت، **وهناك لجنة منوطة بوضع تفاصيل قانون الإعلام الإلكتروني بالمقارنة مع القوانين المعتمدة في العالم، والقانون لا يمسُّ الإعلام الإلكتروني فقط، بل التوقيع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية.**

وتضمن القانون:

- **آليات عن** حق النشر والرد على ما ينشر على الانترنت، **واختصاص القانون الدولي الرقمي في هذا المجال.**

- طُرُق التعامل مع المحتوى الرقمي، **وماهية المحاكم المتخصصة في النظر الى تلك المواضيع والحسم فيها.**

كما سبق وصدرت جملة القوانين والتشريعات الالكترونية ارتبطت بالقانون الجديد مثل:

1. التوقيع الرقمي.
2. قوانين التجارة الالكترونية وجرائم الكومبيوتر والشبكات.
3. حماية البيانات الشخصية على الانترنت.
4. حماية المُلكية الفكرية للمحتوى المنشور على الانترنت.

سلبيات القانون:

وصف بعض المشرفين على مواقع الكترونية سورية مشروع القانون بأنه:

- غير منطقي **لأنه يضع ضوابط لفضاء لا يمكن السيطرة عليه ولا يوجد ما يمنع أصحاب المواقع من ادارتها من الخارج، مثلاً، تضمن مشروع القانون مسألة حجب المواقع، مجيزاً الإقدام على الخطوة في حالتين:**

- عند صدور حكم قضائي مستعجل أو نهائي (أو بقرار من الوزير) في حال مخالفة الموقع التزاماته ماليا.

- في حال تجاوزه أحكاماً اخرى كأن يتجاهل التعريف عن بيانات صاحب الموقع والمدير المسؤول ورئيس التحرير.

- **لم يطرح على أصحاب الشأن والمعنـيين للمناقشة**، ولم تكلّف وزارة الإعلام نفسها بالاتصال بالمسؤولين عن المواقع الإلكترونية في سورية، أو التعرف على وجهة نظرهم ورؤيتهم، أو الاستعانة بتجربتهم.

- لم يعرض على مستهلكي صحافة الإنترنت لإبداء الرأي.

- **يساهم في** تقييد الصحافيين **الذين يعملون داخل حدود الوطن ويطلق أيدي من هم خارج الحدود.**

- **لم يتم الاستئناس بالقوانين الغربية، كإطلاق** شرطة الإنترنت **مثلاً، أو** تفعيل **بعض** القوانين الجزائية **فيما يخص صدقية المعلومات المنشورة وحقوق المؤلف وغيرها.**

- **غير واضح المعالم حتى الآن**

- آراء حول قانون الإعلام الإلكتروني كما تعكسه آراء مديري المواقع الإخبارية:

استجلاء لتوقعاتهم حول القانون الموعود ورؤيتهم عن تنظيم الإعلام الإلكتروني:

1. (نطالب بالاعتراف بنا من قبل مؤسَّسة الإعلان، ولانريد أن يكون قانون الإعلام الإلكتروني كقانون المطبوعات، ونتمنَّى من وزارة الإعلام ووزارة الاتصالات، عدم صياغة القانون بعقلية زجرية، بل بحرية مسؤولة وعقلية منفتحة تساعد على خلق إعلام إلكتروني متطور يخدم البلد وقضاياه، وعدم الاعتماد على العقاب، بل مساعدة هذه المواقع على الانطلاق والتطور، لأنَّ سياسة الحجب بصراحة لايمكن بعد اليوم الاعتماد عليها، فقارئ الانترنت ذكي، ويستطيع الوصول إلى المعلومة التي يريدها).

أيمن الجرف" مدير موقع "سيريان دايز"

2. (إنَّ صدور هذا القانون هو ضرورة ملحَّة، لأنه يحمي المواقع الإلكترونية من المزاجية في التعاطي معها، ويحوِّلها إلى مؤسَّسات إعلامية لها شخصية قانونية ووجود رسمي، ونتمنَّى من القانون الجديد أن يكون شاملاً وواضحاً، ولايترك مجالاً للاجتهادات الشخصية، وأن يؤمِّن حقوق العاملين في قطاع الإعلام الإلكتروني).

عبسي سميسم مدير موقع "داماس بوست":

3. (ماذا لو كان هناك قانون إعلام إلكتروني؟.. فما هي الفائدة،؟ كلّ القوانين التي صدرت عن وزارة الإعلام، لم يؤخذ رأيُ الإعلاميين فيها، لذلك ننظر بريبة إلى أيِّ محاولة لتأطير وتقييد حرية النشر على الإنترنت، ويمكن اعتماد القوانين الجزائية السورية لردع أيِّ معتدٍ على سمعة الناس، أو أيِّ كاذب في نقل الأخبار، وأنا أطالب أيَّ موقع بأن يكون له رئيس تحرير صاحب خبرة، بحيث يكون مسؤولاً عن محتوى النشر، بدلاً من المستثمرين الأمِّيين (إعلامياً) لبعض المواقع الإلكترونية).

نبيل صالح مدير موقع "الجمل":

سادساً: التفاعلية في الصحافة الإلكترونية السورية:

رغم الإمكانات التفاعلية **التي منحتها الصحف والمواقع السورية لزوَّارها في التعليق على الحدث والتفاعل معه، إلا أنَّ معظم هؤلاء الزوَّار مازالوا يتنكَّرون** بأسماء مستعارة، **أويتعاملون مع الإنترنت من** أماكن عامة، **خوفاً من تتبُّع أرقام هواتفهم وعناوين منازلهم، وهنا يطفو على السطح موضوع شائك يشكِّل قلقاً مستمرَّاً** للجهات الرقابية، **وهو** نشر التعليقات التي تكون بشكل عام غير معروفة المصدر، وقد تحتوي تشهيراً بشخصية معروفة دون إثبات أوحقائق.

إنَّ ما يميِّز الإعلام الإلكتروني هي القدرة على التفاعل، إذ يستطيع المتلقِّي أن يبدي رأيه في أيِّ خبر يقرؤه عن طريق هذه التعليقات، ما يكسبه ميزة إضافية، ويرى البعض أنه بالإمكان سن القوانين التي تعمل على تنظيم التعليقات **من خلال إظهار الاسم أو كتابة تعليق دون شتائم أو تشهير، بينما يرى كثير من المهتمين** وجوب نشر التعليقات كما هي، **وخصوصاً إذا ما كانت تبدي رأياً في موضوع ما، لأنها تعبِّر عن رأي عام في النهاية، وتتيح تفاعل الجمهور مع المادة الصحفية، لكن عموما** يجب على إدارة أيِّ موقع، عدم نشر التعليق **الذي يخدش الحياء، ويسيء إلى الأشخاص بشكل مخلٍّ بالأدب.**

سابعا- ماذا قدَّم الإعلام الإلكتروني إلى سورية؟

- تحسين الصورة الذهنية والمعرفية:

قد يكون للإعلام الإلكتروني دور كبير في نقل صورة البلد، ونشر ثقافته ومميِّزاته في أصقاع العالم، بما يعكس حضارته وتنوّعه، **فالإعلام الإلكتروني صدّر سورية إلى خارج حدود سايكس بيكو، وحقَّق وحدة القرَّاء العرب، وأعطى صورة جيدة عن غنى وعراقة وثقافة سورية، كما أسهم في رفع شحنة الشجاعة وكمية النقد الموجَّه ضد الأخطاء العامة.**

- ممارسة رقابة جريئة:

وإذا افترضنا أنَّ معظم ما تطرحه المواقع الإلكترونية في سورية يدور حول التحدث عن الغلاء والفساد والواقع المعيشي والتعليمي في المحافظات، فإنَّ دورها من خلال ذلك يطابق الدور الرقابي **الذي تقوم به الصحف الرسمية، وإن كانت بعض المواقع لم تنجُ من المشكِّكين بجدواها وخلفياتها، لكن الثابت أنَّ الأهمية المتزايدة لهذه المواقع وتأثيرها المتصاعد في شريحة واسعة من الجمهور السوري، يجب أن تدفع المعنيين في وزارتي الإعلام والاتصالات إلى صياغة قانون يلحظ متطلبات هذه الصحافة وخبرات أصحابها والقائمين عليها في زمن فرض على مقصِّ الرقيب أن يكون أكثر ليناً.**

- تغير الممارسة الإعلامية:

فتح هذا الشكل الجديد من الإعلام في سورية، الباب واسعاً أمام العديد من الكتَّاب الصحفيين وخرِّيجي قسم الإعلام والمهتمين، للنشر وكتابة مقالات الرأي والتحقيقات والتقارير الإعلامية في عدة مواقع وصحف ووكالات إخبارية، لم تكتفِ بهؤلاء فقط، بل تجاوزت بعض المواقع الإلكترونية العمل مع الإعلاميين والصحفيين المتفرِّغين إلى التعامل مع أي شخص قادر على نقل المعلومة أو الحدث من مكان وقوعه، فتحوَّلت طبيعة الممارسة الإعلامية واختفت الحدود الفاصلة بين المرسل والمستقبل، وظهر ما يُعرف باسم "ظاهرة المواطن الصحفي"، **أي كل شخص الآن لديه هاتف محمول، يمكنه التقاط وتسجيل الأحداث التي يراها، ثم بثّها على الإنترنت بواسطة هذه المواقع.**

- المشكلة أساسا تقنية:

من جانب آخر.. إنَّ المواقع الإخبارية في سورية لا تستطيع أن تخرج عن الواقع الإعلامي السائد، ويرتبط ضعف الإعلام الإلكتروني "بتخلُّف" مخدمات الانترنت مقارنة بالبلدان الأخرى، **فمخدمات الانترنت غير متاحة لشرائح كبيرة من المجتمع السوري، الأمر الذي أخَّر انتشار ثقافة الإنترنت بشكل واسع في البلد، وتطوير مخدمات الإنترنت في المستقبل، كفيل بتحسين واقع الإعلام الإلكتروني وانتشاره بشكل أوسع.**

الخلاصة

تحت عنوان (الصحافة الإلكترونية السورية) **حاولنا تقديم صورة شاملة للإجابة عن هذا السؤال .. متوجهين إلى طلاب سوريين بالدرجة الأولى ويعيشون في سوريا ومن الممكن أن يتخذوا من سوق الإعلام الإلكتروني السوري عملا مستقبليا أو حاليا لهم، وبالتالي تم تقديم المعلومات بتفصيل واضح ومنظم يسهم في امتلاكهم مهارات معرفية مساعدة تحقق لهم المعرفة والعلم والفائدة.**

وتم إعداد هذه الوحدة التعليمية ليكون بمثابة جولة استكشافية واقعية تأخذ الطالب في رحلة للإطلاع على خصائص ومزايا الصحافة الإلكترونية **في سوريا، انتقالا إلى** الإيجابيات ونقاط القوة **في الصحافة الإلكترونية السورية على** الأصعدة السياسي والاقتصادي والثقافي. **كما سعينا لإيضاح أبرز الجوانب السلبية ونقاط الضعف** في الصحافة الإلكترونية السورية، **بعد ذلك انتقلنا لتقديم تفصيل حول** العوائق التي تعترض مسيرة الصحافة الإلكترونية السورية، **ثم انتقلنا لإعطاء الطالب فكرة مفصلة عن** قوننة الإعلام الإلكتروني السوري. **وأخيرا أعطينا الطالب معلومات تفصيلية حول دور التفاعلية** في الصحافة الإلكترونية السورية، **وحول** ماذا قدَّم الإعلام الإلكتروني إلى سورية؟ ، وكل ذلك انطلاقا من أرض الواقع الإعلامي المعاش ومن وجهات نظر القائمين والممارسين فعليا للإعلام الإلكتروني السوري.

تمارين

اختر الإجابة الصحيحة: استطاع الإعلام الإلكتروني السوري أن ينجح على الصعيد الثقافي بـ:

A- معرفة السوريين بعضهم ببعض.

B- الربط بين البادية والريف والمدينة.

C- التعرّف على الخلفيات الإثنية والدينية

D-رؤية الحياة السورية بتعددها واتّساعها.

E-كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة E

2- تطوير مخدمات الإنترنت في سوريا، كفيل بتحسين واقع الإعلام الإلكتروني:

A- صح.

B- خطأ.

الإجابة الصحيحة A

- استطاع الإعلام الإلكتروني في سورية أن يقدم:

A. تغيير في الممارسة الإعلامية.

B. ممارسة رقابة جريئة.

C. تحسين الصورة الذهنية والمعرفية.

D. كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة D

اختر الإجابة الصحيحة: من أبرز المشكلات الحقيقية التي يعانيها الإعلام الإلكتروني السوري هي عقاب الحجب وضعف التمويل.

A- صح.

B - خطأ.

الإجابة الصحيحة A

اختر الإجابة الصحيحة: افتقد قانون "التواصل مع العموم على الشبكة" من آليات التعامل مع المحتوى الرقمي:

A. صح.

B. خطأ.

الإجابة الصحيحة B

من أهم نقاط الضعف في الصحافة الإلكترونية السورية:

A- ضعف المهنية.

B- الارتجال.

C- عدم وجود كيان مؤسسي وخبراء استشاريين.

D- التعصب القطري.

الإجابة الصحيحة B

المراجع

- **إبراهيم، رنا، (2010)**، "الإعلام الإلكتروني في سورية يتوجّس من قانون صارم"، أخبار الرقميات، **استحضرت بتاريخ: 2014/12/22، على الرابط :**

http://www.alrakameiat.com/?path=/news/read/2212&layout=print

- **جمعة، كيان، (2008)**، "الصحافة الإلكترونية في سورية.. هل هي صحافة» خارجة عن القانون»؟ !!"، **المصدر: بلدنا، استحضرت بتاريخ: 2014/12/22، على الرابط :**

http://www.alfikralarabi.net/vb/showthread.php?t=6390

- **سليطين، بلال، (2013)**، "الاعلام الالكتروني .. خصائص ومميزات جعلته في طريقه لتربع عرش الصحافة"، **موقع دام شام، استحضرت بتاريخ: 2014/12/22، على الرابط :**

http://www.dampress.net/mobile/?page=show_det&category_id=12&id=31051&lang=ar

- **الشام، سوسن،** (2007)، "الإعلام العربي وقضايا الشباب : فراق وقطيعة – سورية نموذجاً"، **استرجعت بتاريخ 2014/12/22، في :منتديات طريق سورية، على الرابط:**

http://www.syriapath.com/forum/showthread.php?t=56639

- **الطقش، محمد ثائر،** (2010)، "كيف حافظت الصحافة الورقية على استمرارها رغم تفوق الصحافة الإلكترونية في سورية"، **مشروع تخرج دورة الصحافة الإلكترونية لرابطة عبد المنعم رياض، المصدر: زهرة سوريا، استحضرت بتاريخ: 2014/12/22، على الرابط :**

http://www.shahbanews.com/ar/news/view/15112.html

- **غازي، عمر، (2010)، "الصحافة الالكترونية .. الواقع والمأمول"، استحضرت بتاريخ 2014/12/26، المصدر: شبكة القلم، على الرابط:**

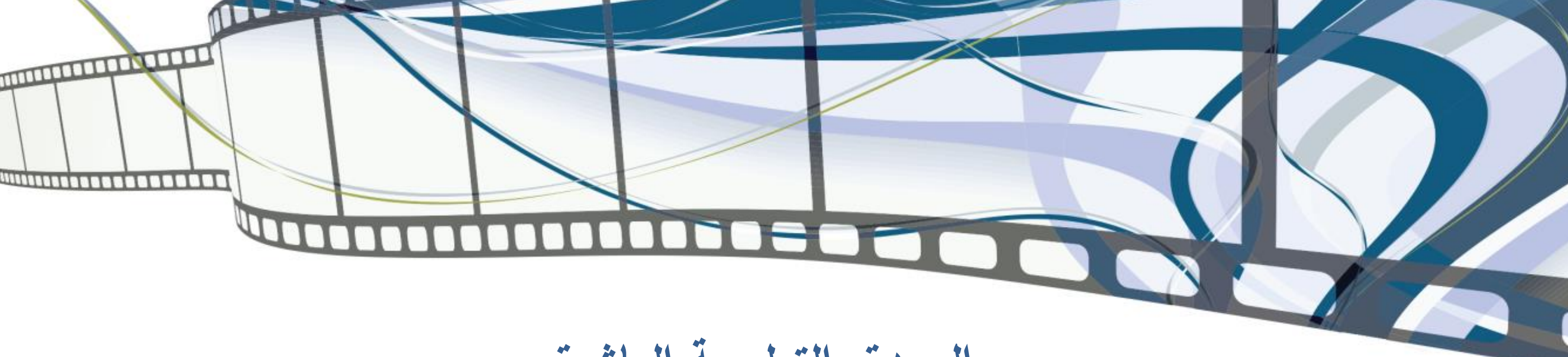
- http://www.alukah.net/Culture/0/9894/

- فائق، رشا، (2011)، "**الصحافة الالكترونية والقفز نحو المجهول!!**"، استرجعت بتاريخ 2014/12/22، في موقع: نساء سورية، على الرابط:

http://www.nesasy.org/-208/8101-6391

- كمال، دينا، (2007)، "**آفاق ومعوقات الصحافة الإلكترونية.. واقع عربي مشترك**"، استرجعت بتاريخ 2014/12/5، على الرابط:

http://www.ahram.org.eg/Archive/2007/7/15/REPO5.HTM



الوحدة التعليمية العاشرة

أخلاق المهنة في الصحافة الإلكترونية

الأهداف التعليمية:

في نهاية هذه الوحدة التعليمية ينبغي على الطالب ان يتقن ما يلي:

1. امتلاك خلفية معرفية عن **الواقع التشريعي والقانوني الناظم لمهنة الصحافة الإلكترونية.**
2. اطلاع شامل حول **أخلاق مهنة الصحافة الإلكترونية**
3. الإطلاع على **دليل "راديو عمان- نت" نموذجا**
4. الإطلاع على **نماذج من الصحف والمواقع العربية**

الكلمات المفتاحية

أخلاق مهنة الصحافة الإلكترونية، حرية التعبير، قصور قانوني وتشريعي، النشر الاليكتروني، جهات الاختصاص، استحداث التشريعات والقوانين، تحصين المادة المنشورة، الافكار المنافية للمبادئ والأخلاقيات، رجال القانون، وزارات التعليم، ميثاق شرف صحفي عربي، دليل راديو عمان نت، خمسة مبادئ أساسية، الحقيقة، العدل والإنصاف، الصدق، الاستقلالية، المحاسبية، نماذج من الصحف والمواقع العربية.

أولاً – أخلاق مهنة الصحافة الإلكترونية:

أعطت شبكة الانترنت مجالا كبيرا **لحرية التعبير** التي ميزتها بشكل واضح عن كثير من وسائل الإعلام المختلفة، وفرضت ثورة المعلومات بالفعل واقعا جديدا مغيرا الحالة الفكرية والحياة الاجتماعية وأوجد ثقافات جديدة لها آثارها السلبية والإيجابية.

لكن أغلب الدول العربية تعاني من **قصور قانوني وتشريعي** ينظم عملية النشر الاليكتروني على شبكة الانترنت فيها، وانطلاقا من هذا الواقع لابد من:

- دعوة **جهات الاختصاص** في الدول العربية إلى الاسراع في دراسة الجوانب القانونية والتشريعية ذات الصلة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال بصفة عامة وبالصحافة الإلكترونية علي وجه التحديد.
- التأكيد علي ضرورة **استحداث التشريعات والقوانين** التي تحمي الصحف الإلكترونية ودعم حقوق الملكية الفكرية في الدول العربية.
- دعوة العاملين في مجال النشر الاليكتروني إلي المساهمة في **تحصين المادة المنشورة على المواقع الإلكترونية من الافكار المنافية للمبادئ والأخلاقيات** المميزة للثقافة العربية والإسلامية.
- الدعوة إلى **إشراك رجال القانون** في الجهود الرامية إلي تعديل وتطوير المنظومة التشريعية المرتبطة بتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العالم العربي.
- دعوة وزارات التعليم في الدول العربية إلى **ادراج مواد دراسية تتعلق بالنواحي القانونية** البسيطة المتعلقة بالتجارة الاليكترونية والإدارة الإلكترونية وحماية الملكية الفكرية.
- العمل على **اعداد ميثاق شرف صحفي عربي** لتوضيح مبادئ وأخلاقيات مهنة الصحافة الإلكترونية ووضع ضوابط للالتزام بها.

- الدعوة إلى اتخاذ **الاجراءات الكفيلة بالاعتراف بالصحفيين الاليكترونيين** وبحقوقهم في الانتساب إلى اتحاد ونقابات الصحفيين في الدول العربية.

ثانياً- دليل راديو عمان نت:

أعد **(راديو عمان نت)** نص مبادئ التزاما بمسؤوليته تجاه مهنة الصحافة الإلكترونية وليخدم كدليل للعاملين في هذا المجال، وليعزز المحاسبية الذاتية، وليشكل أساسا لجدل مستقبلي، والهدف من وضع هذه المبادئ هو دعم أسمى المقاييس والمعايير المهنية في الصحافة الالكترونية (إذاعة وتلفزيون وصحافة انترنت)، وتعزيز فهم الجمهور وثقتهم بها، وتقوية مبادئ الحرية الصحافية في جمع وتوزيع المعلومات، **وفق هذا الدليل يجب أن يعمل الصحافي الإلكتروني أن يكون:**

- أمينا على مصلحة الجمهور.
- يقاوم التشويهات التي تبهم أهمية الأحداث.
- يكشف عن مصدر المعلومات بوضوح ويشير إلى كافة المواد المأخوذة عن وسائل إعلامية أخرى.
- يتحمل مسؤولية أعماله.
- يدرك أن واجبه الأول هو المصلحة العامة، ما يستوجب الالتزام بعكس تنوع المجتمع وحمايته من التبسيط الزائد للقضايا والأحداث.
- يدرك أن أي التزام عدا خدمة الجمهور من شأنه إضعاف الثقة والمصداقية.
- يوفر نطاقا واسعا من المعلومات لتمكين الجمهور من اتخاذ قرارات مستنيرة.
- يحارب لجعل النشاطات التجارية الخاصة والعامة علنية.
- يجب أن يدرك أنه معرض للمحاسبة على أعمالهم أمام الجمهور، والمهنة، ونفسه.

ويجب على الصحفي الإلكتروني أن يلتزم بخمسة مبادئ أساسية هي الحقيقة، العدل والإنصاف، الصدق، الاستقلالية، المحاسبية.

أولاً– الحقيقة:

يفرض هذا الالتزام على الصحفي أن يتعهد بأن:

– لا أنقل أي شيء عرف أنه كذب أو غير صحيح.

–لا أتلاعب بالصور والأصوات بأية طريقة مضللة.

–لا أسرق مواد صحفية لغيري.

–لا أعرض صور أو أصوات سبق عرضها دون إعلام الجمهور.

ثانياً– الإنصاف والعدل:

يفرض هذا الالتزام على الصحفي أن يتعهد بـ :

–أتعامل مع موضوعات التغطية الإخبارية باحترام وصدق، وأن أظهر تعاطفا خاصا مع ضحايا الجرائم أو المآسي.

–أولي عناية خاصة عندما يكون في القصة أطفال، وحماية خصوصيتهم أكثر من التي للكبار.

–أسعى إلى فهم تنوع المجتمع ونقله للجمهور دون انحياز أو نمطية.

–أنقل التنوع في الآراء والأفكار.

–أعد تقارير تحليلية مبنية على فهم مهني وليس على انحياز شخصي.

–أحترم الحق في محاكمة عادلة للمتهمين.

ثالثاً- الصدق:

ويفرض هذا الالتزام على الصحفي أن يتعهد بـ :

-أُعرّف مصادر المعلومات كلما أمكن ذلك. يمكن استخدام المصادر السرية فقط عندما يكون جمع أو نقل المعلومات المهمة في المصلحة العامة، أو عندما يؤدي جمع أو نقل المعلومات المهمة إلى إلحاق الأذى بمصدرها. وفي هذه الحالة يجب علي أن ألتزم بحماية المصدر السري.

-أشير بوضوح إلى الرأي والتعليق.

-أمتنع عن متابعة تغطية أحداث أو أشخاص لا يضيفون أهمية للقصة الإخبارية، أو لا يضعون الخبر في سياقه، أو لا يضيفون لمعرفة الجمهور.

-أمتنع عن الاتصال مع المشاركين في أعمال عنف ما دامت جارية.

-أستخدم الأدوات التقنية بمهارة وتفكير، متجنبا التقنيات التي تشوه الحقائق، وتزور الواقع، وتخلق إثارة من الأحداث.

-أستخدم تقنيات سرية في جمع الأخبار، بما فيها كاميرات ومايكروفونات خفية، فقط إذا لم يوجد أية طريقة أخرى للحصول على قصص إخبارية ذات أهمية للجمهور، وفقط إذا تم شرح التقنية السرية المستخدمة للجمهور.

-أعيد بث برامج خاصة بمؤسسات إعلامية أخرى بإذن منهم فقط.

-لا أدفع مالا لمصادر معلومات لها مصلحة في الخبر.

-لا أقبل هدايا أو خدمات أو تعويضات ممن يسعون للتأثير على التغطية الإخبارية.

-لا أشارك في نشاطات قد تؤثر على صدقي واستقلاليتي.

رابعاً- الاستقلالية:

يفرض هذا الالتزام على الصحفي أن يتعهد بـ:

-أجمع وأنقل الأخبار دون خوف أو تفضيل، وأقاوم بشدة التأثير غير المبرر لأي قوى خارجية، من ضمنها المعلنين ومصادر المعلومات وعناصر الخبر والأفراد ذوي النفوذ والجماعات ذات المصالح الخاصة.

-أقاوم من يسعون إلى التأثير سياسيا على مضمون الأخبار أو من يسعون إلى تخويف من يجمعون الأخبار أو يوزعونها.

-أحدد مضمون الأخبار عن طريق حكم تحريري فقط، وليس كنتيجة لتأثير خارجي.

-أقاوم أية مصلحة شخصية أو ضغط من الزملاء يمكن أن يؤثر على الواجب الصحافي وخدمة الجمهور.

-أدرك أن الرقابة على الأخبار لن تستخدم بأية طريقة لتحديد، أو تقييد، أو التلاعب بالمضمون.

-أرفض السماح لمصالح مالك المؤسسة الإعلامية أو إدارتها أن تؤثر على الحكم التحريري أو المضمون بطريقة غير ملائمة.

-أدافع عن حقوق الصحافة الحرة لكل الصحافيين.

خامساً- المحاسبية:

يفرض هذا الالتزام على الصحفي أن يتعهد بـ :

-أشجع كافة الصحافيين ومالكي المؤسسات الإعلامية على تبني هذه المعايير.

-أستجيب لهموم الجمهور، وأحقق في شكواهم، وأصلح الأخطاء في وقتها وأعطيها أهمية توازي أهمية التقرير الأصلي.

-أوضح العمليات الصحافية للجمهور، بخاصة عندما تثير الممارسات الصحافية أسئلة أو جدلا.

-أدرك أن الصحافيين الإلكترونيين ملزمون بواجبهم الأخلاقي.

-أمتنع عن إصدار أوامر أو تشجيع الموظفين على القيام بأعمال تجبرهم على ارتكاب سلوكيات غير أخلاقية.

-أستمع بتأن للموظفين الذين يقدمون اعتراضات أخلاقية، ويخلقون أجواء تشجع على هذه النقاشات.

-أسعى للحصول على دعم وأوفر فرص لتدريب الموظفين على صناعة قرار أخلاقي.

ثالثاً- نماذج من الصحف والمواقع العربية:

صحيفة اليقين اليمنية

عاين الموقع : www.yaqeenonline.net

صحيفة اليقين اليمنية... إقطع الشك باليقين.



chechennews.com

عاين الموقع : www.chechennews.com

موقع إخباري متخصص لنقل الأخبار العالمية والمحلية وإبراز النشاطات المختلفة والمحايدة التي يقوم بها أهلنا في شتى مواقعهم من اجل إعلاء الهوية الشيشانية والاردنية في كل المحافل العالمية.



موقع البديل الديموقراطي

عاين الموقع : www.albadeal.com

موقع البديل الديموقراطي



موقع السخنة على الويب

عاين الموقع : www.sukhneh.com

موقع السخنة على الويب موقع ثقافي يعني بجمع المعلومات عن قرية السخنة الاردنية, بالأضافة الى ارشفة المعلومات والبيانات عن قاطني القرية وخاصة من مؤسسيها الشيشان...



موقع الاتحاد القطري لألعاب القوى

عاين الموقع : www.qatarathletics.com

موقع الاتحاد القطري لألعاب القوى. من بين المواقع الرئيسية التي تعني بعالم الرياضة في دولة قطر. وتم لنا تصميم الموقع باللغتين العربية والانجليزية, ويحوي العديد من البرامج التفاعلية...



أول صحيفة رياضية سعودية الكترونية

عاين الموقع : www.sportksa.net

موقع www.sportksa.net أول صحيفة الكترونية رياضية.. سعودية الملامح... حيادية الرأي.



موقع صحيفة بربر السودانية

عاين الموقع : www.berberpaper.net

موقع صحيفة بربر في شمال السودان. صحيفة إلكترونية تعنى بنشر الوعي الإعلامي في جميع انحاء السودان والوطن العربي...



موقع الحرية النفسية

عاين الموقع : www.arabeft.com

قد يرى البعض أن المرض النفسي منقصة أو عيب من العيوب التي يجب إخفاؤها، ولكن هذا التصور خاطئ بلا شك؛ إذ أن المرض النفسي لا يختلف كثيرا عن المرض العضوي، ويجب أن لا يكون هناك فرق بينهما في الحرص على التشخيص والعلاج..



شركة خبراء الإدارة

عاين الموقع : mea-sa.com

شركة متخصصة فى مجالات التنمية البشرية و التطوير، تقدم الحلول من خلال الدراسات و الإستشارات و التدريب، و هى إحدى شركات موطن الخبراء القابضة.



الجامعة العربية المفتوحة لشمال امريكا

عاين الموقع : www.acocollege.com

تم انشاء موقع الجامعة في العام 2007, وقد طرأ على الموقع العديد من التحديثات والتطوير...



موقع جامعة لاهاي الدولية

عاين الموقع : www.lahaye-uni.com

موقع جامعة لاهاي الدولية يعتبر من اقدم المواقع التي قمنا بتصميمها على مدى السنوات الاخيرة. وقد تم لنا تحديثه في نهايات سنة 2009. حيث قمنا بدمج أحدث تقنيات عرض الصور والفيديو في نظام الموقع.



موقع جامعة فان هولند للتعليم المفتوح

عاين الموقع : www.hollanduniversity.org/arabic

موقع جامعة فان هولند للتعليم المفتوح. موقع متميز من حيث التصميم وهو لا يزال قيد التطوير..



كلية المأمون الجامعة

عاين الموقع : www.almamonuc.org

موقع كلية المأمون الجامعة في بغداد...



wadirumteam.com

عاين الموقع : www.wadirumteam.com

We will answer all the questions that you might have about our dress, customs, food, history or any other aspect of Bedouin life. On our tours you will be served authentic Bedouin food and, if you like, you can learn about our traditional ways of dealing with everyday life.



wadirumdiscovery.com

عاين الموقع : www.wadirumdiscovery.com

Everyone in our Company the tour guides and camp staff are Bedouins from the region. Thus, we do not only provide an income for the locals, but also ensure you will get in touch with the authentic culture and tradition brought to you by real Bedouins.



www.wadirumquietvillage.com

عاين الموقع : www.wadirumquietvillage.com

Saleh is a highly experienced desert guide holding the licence of the Wadi Rum Protected Area Authority. Being a Bedouin himself, who grew up in the desert, he knows every inch of it.



موقع شركة مطبعة حواتمه

عاين الموقع : www.hawatmehgroup.com

شركه اردنيه تعمل منذ عام 1992 في مجال الطباعه والتغليف, وتقوم الشركه بجميع الاعمال المتعلقه بالطباعه والتصميم وصناعة الكرتون المضلع وطباعته.



الدكتور جمال الشيشاني

عاين الموقع : www.jamal-shishani.com

موقع الدكتور الاخصائي في معالجة العظام والأكوابنتشر والعلاج الطبيعي. ويحتوي هذا الموقع على معلومات مفيدة في الطب البديل...



موقع مؤسسة الاتحاد للتنمية الزراعية والمسالخ

عاين الموقع : www.altahoneh.com

تم تصميم الموقع بنظام اللغتين العربية والانجليزية.. والموقع بشكل عام عبارة عن بروشور لمنتجات هذه المؤسسة التجارية والتي تعد من أكبر المؤسسات في الاردن في هذا المجال الزراعي.



موقع شركة أسنا للتقنيات المتطورة

عاين الموقع : www.asna.com.sa

موقع متميز من حيث المحتوى, ونظام الموقع هو (نظام ادارة المحتوى). كما ويحوي الموقع على كاتالوجات للمنتجات التي تتعامل بها الشركة.



موقع شركة التقنيات للطاقة والصناعة

عاين الموقع : www.ei-tech.jo

موقع شركة التقنيات للطاقة والصناعة تم انشائه بنظام اللغتين العربية والانجليزية. ويتكون الموقع من احدث المكونات البرمجية الاضافية من حيث عرض الفيديو وصور منتجات ومشاريع الشركة.



موقع الدليل التجاري التركي العربي

عاين الموقع : www.turk-arab.com

الدليل التجاري التركي العربي, ويعمل باللغات التركية والعربية والانجليزية. موقع لتشجيع التبادل التجاري بين المؤسسات والشركات العربية والتركية. وذلك من خلال نشر الاعلانات والبيانات المتعلقة بالشركات التركية ورجال الأعمال الأتراك...



Pioneer Contracting and Construction

عاين الموقع : www.pcciraq.com

موقع Pioneer Construction and Contracting تم انشائه باللغتين العربية والانجليزية. ويتكون الموقع من احدث المكونات البرمجية الاضافية من حيث عرض الفيديو وصور منتجات ومشاريع الشركة.



شركة الناعوري للإستيراد والتصدير

عاين الموقع : www.alnaouri.com

شركة الناعوري للإستيراد والتصدير, وتعني بالتجارة بمختلف أنواع الشوادر والخيش والمنتجات الأخرى المستخدمة في مجالات عديدة مثل الزراعة والأستعمالات العامة.



Triple Middle East

عاين الموقع : www.triple-me.com

موقع بروشور لشركة تريبل في الشرق الأوسط. وتم فيه توظيف العديد من البرامج المتطورة والتي تساعد على عرض المنتجات بطريقة ملفتة للنظر.



wadirum7pillars

عاين الموقع : www.wadirum7pillars.com

Camping In Wadi Rum exceeds the limits of imagination ,wadi rum bedouin camping is the most exciting thing you can ever imagine...



bedouinadvisor

عاين الموقع : www.bedouinadvisor.com

When we were kids, we used to join Wadi Rum visitors through the desert and the mountains. We were guiding them by Camel, and provided them with food and drinks during their trips.



Rapco-jo.com

عاين الموقع : www.rapco-jo.com

موقع شركة رابكو لتقنيات الطباعة الإعلانية. تم تصميم الموقع باللغتين العربية والانجليزية, وكالعادة يحوي هذا الموقع على تقنيات عرض جديدة وجذابة...

الخلاصة

تحت عنوان الفصل (أخلاقيات المهنة في الصحافة الإلكترونية) حاولنا تقديم معلومات أساسية للإجابة عن هذا السؤال .. متوخين التبسيط ما أمكن، ومراعاة تقديم المعلومات بتفصيل واضح ومنظم يسهم في امتلاك الطالب معارف من أرض الممارسة الفعلية تحقق لهم العلم والفائدة.

وتم إعداد هذا الفصل ليكون بمثابة جولة تبين للطالب الفجوة القانونية والمناخ غير المنضبط الذي يعمل فيه الصحفيون في الصحف والمواقع الإلكترونية والكم الهائل من القصور الذي يشوب هذه الممارسة.

كما سعينا لإيضاح أبرز الأمور المطلوبة لتحسين الواقع القانوني الناظم لعمل الإعلام الجديد وفق توصيات ندوات ومؤتمرات عديدة تمت على مستوى الوطن العربي.

كما أوردنا مثالا جيدا وبشكل تفصيلي حول المبادرة الفردية الفريدة التي قام بها راديو عمان – نت لوضع ضوابط تحكم ممارسة الصحفي في الإعلام الجديد وفق مبادئ خمسة هي الحقيقة، العدل والإنصاف، الصدق، الاستقلالية، المحاسبية.

وأخيرا أعطينا الطالب معلومات تفصيلية حول بعض النماذج العربية من صحف ومواقع ناجحة على شبكة الانترنت.

تمارين

اختر الإجابة الصحيحة: إلتزامي بمبدأ الصدق وفق دليل راديو عمان نت يفرض علي:

A-أعيد بث برامج خاصة بمؤسسات إعلامية أخرى بإذن منهم فقط.

B-لا أدفع مالا لمصادر معلومات لها مصلحة في الخبر.

C-لا أقبل هدايا أو خدمات أو تعويضات ممن يسعون للتأثير على التغطية الإخبارية.

D-لا أشارك في نشاطات قد تؤثر على صدقي واستقلاليتي

E-كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة E

اختر الإجابة الصحيحة: لابد من دعوة وزارات التعليم في الدول العربية إلى ادراج مواد دراسية تتعلق بالنواحي القانونية المتعلقة بحماية الملكية الفكرية، لمعالجة القصور التشريعي في الإعلام الإلكتروني:

A- صح.

B- خطأ.

الإجابة الصحيحة A

اختر الإجابة الصحيحة: ليست من المبادئ التي نص على الالتزام بها راديو عمان نت:

A-الحقيقة.

B-العدل والإنصاف.

C- الصدق.

D- الاستقلالية.

E- القطرية.

الإجابة الصحيحة E

اختر الإجابة الصحيحة: تعاني الدول العربية من قصور قانوني وتشريعي ينظم عملية النشر الاليكتروني ما عدا سوريا:

A- صح.

B- خطأ.

الإجابة الصحيحة B

اختر الإجابة الصحيحة: أعد (راديو عمان نت) نص مبادئ بسبب:

A- التزاما بمسؤوليته تجاه مهنة الصحافة الإلكترونية.

B- ليخدم كدليل للعاملين في هذا المجال.

C- ليعزز المحاسبية الذاتية.

D- ليشكل أساسا لجدل مستقبلي.

E- كلها صحيحة.

الإجابة الصحيحة E

<u>اختر الإجابة الصحيحة:</u> حين أقاوم من يسعون إلى التأثير سياسيا على مضمون الأخبار أو من يسعون إلى تخويف من يجمعون الأخبار أو يوزعونها أكون قد طبقت مبدأ الاستقلالية:

A- صح.

B- خطأ.

الإجابة الصحيحة A

المراجع

1. كمال، دينا، (2007)، "**<u>آفاق ومعوقات الصحافة الإلكترونية.. واقع عربي مشترك</u>**"، استرجعت بتاريخ 2014/12/5، على الرابط:

http://www.ahram.org.eg/Archive/2007/7/15/REPO5.HTM

2. "**<u>أخلاق مهنة الصحافة الإلكترونية</u>**"، (د.ت)، إعداد هيئة تحرير راديو عمان نت، استرجعت بتاريخ 2015/1/4، على الرابط:

hirorypress.wordpress.com

أيضا انظر : http://www.4shared.com

3. "**<u>حوارات حول قانون الإعلام الإلكتروني</u>**"، (د.ت)، استرجعت بتاريخ 2015/1/4، في: موقع ألف باء سوريا، على الرابط:

htt://ABSYRIA.COM/INDEX.PHP?OPTION=COM